

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar belakang

Persaingan dunia bisnis di era globalisasi saat ini semakin ketat. Diikuti dengan pesatnya perkembangan teknologi, sistem informasi, dan ilmu pengetahuan mengakibatkan para pelaku bisnis berupaya untuk meningkatkan kemampuan dan keunggulan mereka dengan mengerahkan seluruh potensi yang ada. Mereka dituntut untuk lebih inovatif dan kreatif dalam mengelola perusahaannya agar dapat bertahan dalam dunia bisnis, serta dibutuhkan strategi khusus agar para pelanggan tidak bersaing kepada pesaingnya.

Permasalahan pada proses layanan *Customer Relationship Management* masih terdapat pelanggan yang merasa kurangnya fasilitas yang dapat membantu mereka untuk mendapatkan informasi dan juga perusahaan kurang memiliki fasilitas tambahan yang berfungsi melakukan interaksi antara perusahaan dengan pelanggan untuk menyampaikan keluhan, saran dan kritik. Dari masalah ini pelanggan kurang mengetahui informasi mengenai PT Mitra Krida Perkasa.

Masalah utama kualitas pelayanan adalah pelayanan yang diberikan apakah sesuai dengan harapan konsumen atau belum. Oleh karena itu PT Mitra Krida Perkasa dituntut untuk selalu menjaga kepercayaan konsumen dengan meningkatkan kualitas pelayanan dan penyediaan fasilitas agar kepuasan konsumen meningkat.

Masalah utama kepuasan konsumen adalah tidak semua konsumen yang kecewa terhadap pelayanan perusahaan dengan senang hati menyampaikan keluhannya, artinya, meski mereka tidak menyampaikan keluhannya, justru konsumen yang tidak puas secara diam-diam akan beralih ke pesaing lain. Mereka yang kecewa tidak hanya meninggalkan perusahaan, tetapi juga akan menceritakan keburukan tentang perusahaan tersebut kepada orang lain. Efek berikutnya akan menjadi permintaan negatif dalam jangka panjang dan menimbulkan kerugian bagi perusahaan.

Permasalahan pada proses layanan *Customer Relationship Management* masih terdapat pelanggan yang merasa kurangnya fasilitas yang dapat membantu mereka untuk mendapatkan informasi dan juga perusahaan kurang memiliki fasilitas tambahan yang berfungsi melakukan interaksi antara perusahaan dengan pelanggan untuk menyampaikan keluhan, saran dan kritik. Dari masalah ini pelanggan kurang mengetahui informasi mengenai PT Mitra Krida Perkasa.

Salah satu perusahaan yang ada di kota Batam PT Mitra Krida Perkasa merupakan dealer Honda yang memiliki banyak pelanggan. PT Mitra Krida Perkasa yang berupa dealer resmi yang melayani penjualan sepeda motor dan *service* motor atau pemeliharaan serta penjualan *spare part* (suku cadang) sepeda motor, dengan yang beralamat di komplek Mitra Raya Blok A1 No.1-4 Batu aji, Batam dan bergerak di bidang penjualan dan jasa. Dealer ini memiliki strategi yang baik dalam menghadapi persaingan bisnis yang cukup ketat serta lebih mengedepankan pelanggan (*customer oriented*) daripada keuntungan semata (*profit oriented*). PT Mitra Krida Perkasa dalam menerapkan *customer*

relationship management dalam pengelolaan pelanggan yang menjadikan pembeda dengan motor merk lainnya yang berada di Kota Batam yaitu *Customer Relationship Management* khusus untuk pengelolaan pelanggan dan merespon pelanggan yang tersebar di Kota Batam. Namun demikian, sejauh mana implementasi dari *Customer Relationship Management* yang dilakukan oleh PT Mitra Krida Perkasa, Dampaknya terhadap perusahaan serta hambatan yang dihadapi oleh PT Mitra Krida Perkasa guna meningkatkan pelayanan terhadap kepuasan konsumen merupakan hal yang menarik untuk dikaji lebih lanjut.

Kualitas pelayanan dalam suatu perusahaan berperan penting dalam merangkul konsumen karena dengan memberikan pelayanan yang baik, konsumen akan merasa puas. Dengan pelayanan yang memuaskan dapat mendorong konsumen menjadi loyal untuk melakukan pembelian ulang. Untuk menghadapi beratnya persaingan bisnis, perusahaan perlu melakukan aktivitas promosi secara gencar dengan bantuan berbagai media promosi seperti media cetak, elektronik dan media outdoor, tetapi untuk mampu mengangkat penjualan produk, perusahaan harus dapat melakukan seleksi secara ketat dan selektif terhadap media periklanan yang akan digunakan untuk kegiatan promosi sendiri.

Kepuasan pelanggan ini merupakan salah satu kunci untuk dapat memajukan suatu perusahaan dalam bidang apa saja, hal ini dikarenakan dengan dapat memuaskan pelanggan dengan pelayanan yang ada di perusahaan maka dengan sendirinya akan bertambah pelanggan yang loyal terhadap produk / jasa dari perusahaan, dan perusahaan dapat meningkatkan laba yang mereka peroleh. Kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) tergantung pada kinerja anggapan

produk *relative* terhadap ekspektasi pembelian. Jika kinerja produk tidak memenuhi ekspektasi, pelanggan kecewa. Jika kinerja produk sesuai dengan ekspektasi, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan sangat puas.

Berikut data penjualan sepeda motor PT Mitra Krida Perkasa yang penulis dapatkan dari tahun 2015-2017 bulan Jan s/d Juni.

Tabel 1.1 Data Penjualan Sepeda Motor bulan Jan s/d Juni tahun 2015-2017

Jenis Sepeda Motor	Tipe	Penjualan Sepeda Motor			Persentase(%)
		2015	2016	2017	
CUB/Bebek	Revo	83	59	33	
	Blade	19	20	2	
	Supra x	45	40	32	
	Supra GTR 150	0	1	20	
	Total tipe CUB/Bebek	147	120	87	40,8%
<i>Matic</i>	Beat Sporty	1228	1152	924	
	Beat POP	215	174	52	
	Spacy	23	5	3	
	Scoopy	108	92	132	
	Vario 110	20	67	33	
	Vario 125	201	183	147	
	Vario 150	278	135	81	
	Total tipe Matic	2073	1808	1372	33,81%
Sport	Verza	80	48	21	
	Sonic	46	56	29	
	CB150R	91	114	63	
	CBR 150	36	29	21	
	Total tipe Sport	253	247	134	47%

Sumber : PT Mitra Krida Perkasa, 2017

Dari tabel 1.1 di atas dapat di lihat berbagai macam tipe sepeda motor yaitu: Cub/bebek, *matic* dan *sport*. Terlihat data persentase dari masing-masing *type*

motor hasil penjualan penurunan yang paling tinggi mengalami penurunan ada *type sport* sebesar 47% diikuti oleh *type Cub/bebek* sebesar 40,8% dan terakhir motor *matic* sebesar 33,81%. Maka dari itu peneliti ingin melakukan penelitian untuk sepeda motor *sport* pada penjualan tahun 2017 karena mengalami penurunan penjualan yang cukup drastis dibandingkan penjualan tahun 2015.

Berdasarkan data penjualan tahun 2015-2017 yang di sajikan terkait diatas, peneliti tertarik untuk mengetahui lebih jauh lagi tentang *Customer Relationship Management* yang di terapkan oleh PT Mitra Krida Perkasa sebagai upaya meningkatkan pelayanan terhadap kepuasan konsumen yang membeli sepeda motor *sport*. Oleh karena itu penulis tertarik mengadakan penelitian dengan judul **“PENGARUH CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT MITRA KRIDA PERKASA DI KOTA BATAM”**.

1.2. Identifikasi Masalah

Dari latar belakang uraian diatas, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Masih kurangnya melakukan interaksi langsung dengan konsumen.
2. Kualitas Pelayanan masih belum sesuai dengan harapan konsumen.
3. Masih kurangnya fasilitas agar kepuasan konsumen meningkat.
4. Masih sedikit konsumen dengan senang hati menyampaikan keluhannya.

1.3. Batasan Masalah

Dari latar belakang dan identifikasi diatas dapat dibatasan masalah yaitu :

1. Perusahaan yang akan diteliti hanya satu perusahaan saja yaitu PT Mitra Krida Perkasa bergerak di bidang penjualan sepeda motor merk honda.
2. Database yang digunakan adalah data penjualan dari bulan Jan – Jun 2017.
3. Tipe motor yang mau di teliti hanya tipe motor *sport*.
4. Variabel penelitian adalah Customer Relationship Management, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen.

1.4. Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang, identifikasi masalah, batasan masalah dapat di rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah *customer relationship management* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PT Mitra Krida Perkasa Batam?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PT Mitra Krida Perkasa Batam?
3. Apakah *customer relationship management* dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PT Mitra Krida Perkasa Batam?

1.5. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah *customer relationship management* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PT Mitra Krida Perkasa Batam.
2. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PT Mitra Krida Perkasa Batam.
3. Untuk mengetahui apakah *customer relationship management* dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PT Mitra Krida Perkasa Batam.

1.6. Manfaat penelitian

1. Manfaat teoritis

Dapat mengetahui kelebihan dan kekurangan dalam penerapan *customer relationship management*.

2. Manfaat praktis

a. Bagi peneliti

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi dan perbandingan dalam penelitian selanjutnya dengan *topic* yang berhubungan dalam aspek yang berbeda.

b. Bagi perusahaan

- 1) Penelitian ini dapat memberikan informasi dan masukan tentang pengalaman pelanggan yang dapat menciptakan kepuasan konsumen dalam menentukan kebijakan selanjutnya.

- 2) Memberikan kemudahan kepada pihak perusahaan dalam meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan.

c. Bagi masyarakat

- 1) Sebagai pengetahuan dan wawasan tentang pelayanan dan kepuasan konsumen dengan menggunakan *customer relationship management*.
- 2) Penulisan ini digunakan sebagai tambahan informasi pihak-pihak berkompeten terhadap masalah yang di bahas.