

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Segala sesuatu yang berhubungan dengan manusia setiap kali akan mengalami perubahan baik dalam bidang sosial, ekonomi, budaya, dan juga pengaruh pada pesaing di dalam menjalankan bisnisnya. Hal seperti ini yang akan mengakibatkan persaingan dalam dunia bisnis semakin ketat. Setiap perusahaan pada umumnya pasti ingin berhasil dalam menjalankan bisnisnya dan bisa menguntungkan untuk perusahaan. Pesaingan yang ketat dalam menjalankan dunia bisnis saat ini, memunculkan perusahaan yang menawarkan berbagai jenis produk yang berkualitas dan harga semakin bersaing, untuk mengatas ketatnya persaingan ini maka perusahaan harus menerapkan strategi dalam pelayanan, harga, dan promosi agar terjadinya kepuasan pelanggan.

Perusahaan Parit Padang Global adalah perusahaan besar farmasi yang mendistributorkan obat, alat kesehatan dan konsumen *good*, ke supermarket, swalayan, apotik, klinik dan rumah sakit. Perusahaan Parit Padang Global di Kota Batam mulai mendistribusikan obat dan alat kesehatan ke pelanggan, perusahaan PT Parit Padang Global merupakan perusahaan nasional yang berpusat di Jakarta sedangkan untuk yang di Batam merupakan cabang PT Parit Padang Global untuk Kota Batam, sebelumnya obat untuk daerah Kepri di distribusikan oleh Parit Padang Global Pekanbaru dan dengan untuk meningkatkan pelayanan dan *service* maka cabang Batam dibuka agar suplai obat bisa efisien dan efektif tersalurkan ke

pelanggan dan memiliki *service level* yang tinggi. Adapun visi dari perusahaan ini adalah menjadi perusahaan global yang bergerak di bidang produksi, distribusi, penyedia produk kesehatan yang berkualitas, dan misinya adalah dengan bangga melayani kostumer kami dengan menyediakan produk kesehatan yang berkualitas dan untuk mempromosikan kualitas dan hidup yang lama

Berdasarkan dari wawancara awal penulis dengan beberapa pelanggan dari PT Parit Padang Global diketahui adanya diskomunikasi di antara *salesman* dan *customer sales and service administrasi* (cssa atau bagian fakturis) sehingga sering terjadi kkesalahan cetak faktur atau dua rangkap dan bahwa barang di antar sampai dua kali mengakibatkan pelanggan merasa kurang senang melakukan retur ke perusahaan, kemudian adanya kesalahan input *quantity* yang dipesan oleh pelanggan, misalnya pelanggan memesan produk Cp Emulsion 200 ml kemudian *salesman* menginput dari samsung tabnya sering kesalahan sehingga berpengaruh ke kualitas pelayanan akibatnya pelanggan tersebut pindah ke tempat lain. Dan juga sering terjadi kesalahan diskon program karena *customer sales and service administrasi* (cssa atau bagian fakturis) salah memfakturkan dengan mengasi diskon yang tidak sesuai yang di setuju oleh *marketing* pusat, karena harus merevisi faktur tersebut. Komunikasi antara perusahaan dan pelanggan juga harus jelas agar tidak terjadinya kesalahpahaman, terkadang para pelanggan juga komplek kepada perusahaan jika terjadi ketidak sesuaian yang diinginkanya maka perusahaan harus bisa mengerti dalam situasi dan keadaan pelanggan, perusahaan harus memberi kejelasan sehingga pelanggan dapat kembali tenang, ketika pelanggan merasa kecewa terhadap perusahaan maka pelanggan tidak akan

menjadi pelanggan setia atau pelanggan berjangka panjang karena masih banyak perusahaan lainnya. Kualitas pelayanan ini sangat penting untuk para pelanggan karena cara perusahaan melayani pelanggan adalah cermin dalam kepribadian perusahaan karena dalam pelayanan harus di sertai sopan santun dalam berbicara atau pun dalam melayani pelanggan.

Harga merupakan suatu hal yang penting dalam jual beli karena harga merupakan angka nominal suatu barang atau jasa, harga yang diberikan perusahaan harus sesuai dengan barang yang diinginkan pelanggan jika harga yang diberikan tinggi dan tidak bersaing dengan perusahaan lain maka pelanggan akan mencari harga yang lebih murah dengan barang yang sama. Adapun daftar harga produk vitamin anak-anak dapat dilihat pada tabel berikut.

**Tabel 1.1**  
Daftar Harga Penjualan Produk Vitamin  
PT Parit Padang Global di Kota Batam  
Tahun 2017 ( Rupiah)

<b>CP EMULSION 200 ml</b>	<b>CP FRUIT&amp;VEGGIE 200 ml</b>	<b>CP GROW 200 ml</b>	<b>CP SHARPY 200 ml</b>
18.000	28.700	21.000	17.500

**Sumber :** PT Parit Padang Global di Kota Batam (2017)

Dan hasil penelitian dari penjualan produk vitamin tersebut dapat di lihat pada tabel berikut.

**Tabel 1.2**  
 Hasil Penjualan PT Parit Padang Global di Kota Batam  
 Tahun 2017 (Rupiah)

<b>Bulan</b>	<b>CP EMULSION 200 ml</b>	<b>CP FRUIT &amp; VEGGIE 200 ml</b>	<b>CP GROW 200 ml</b>	<b>CP SHARPY 200 ml</b>
Januari	2.304.000	4.276.300	213.570.000	11.112.500
Febuari	2.304.000	1.119.300	1.953.000	3.482.500
Maret	1.098.000	34.755.700	212.982.000	11.112.500
April	2.304.000	4.276.300	213.570.000	11.112.500
Mei	2.304.000	1.119.300	1.953.000	3.482.500
Juni	306.000	73.100	2.814.000	3.377.500
Juli	306.000	6.371.400	1.302.000	3.482.500
Agustus	2.304.000	4.276.300	213.570.000	11.672.500
September	2.016.000	27.465.900	4.347.000	2.380.000
Oktober	3.186.000	6.428.800	14.637.000	12.250.000
November	2.196.000	3.702.300	14.196.000	13.527.500
Desember	13.068.000	3.185.700	2.142.000	2.467.500
Total	33.696.000	97.350.400	897.036.000	89.460.000

**Sumber :** PT Parit Padang Global di Kota Batam (2017)

Berdasarkan dari tabel 1.2 terlihat bahwa hasil penjualan produk CP EMULSION 200 ml lebih kecil dibandingkan dengan produk lainnya. Sedangkan yang tertinggi terlihat dari penjualan adalah produk CP GROW 200ml. Padahal dilihat dari segi harga jual pada tabel 1.1 yang termurah adalah CP SHARPY 200 ml hal ini menarik untuk dilakukan penelitian lebih lanjut.

Promosi setiap perusahaan pasti ada melakukan promosi agar pelanggan atau masyarakat mengetahui bahwa perusahaan tersebut sedang mengadakan promosi dalam sebuah produk, untuk pelanggan mengetahuinya maka perusahaan harus memasang informasi dalam beberapa cara contohnya membuat iklan di televise atau memasang spanduk di jalanan agar bisa dilihat oleh pelanggan atau masyarakat lainnya. kurang mempromosikan produk melalui media iklan atau

spanduk yang di tempel di jalan raya. sehingga membuat masyarakat kurang tau tentang khasiat dari produk tersebut kurang dalam mempromosikan *give away* untuk pembelian produk. Hasil survey awal yang peneliti dapatkan bahwa Perusahaan jarang membuat promosi sehingga produk yang dijual tidak diketahui oleh pelanggan atau masyarakat.

Kepuasan pelanggan pada PT Parit Padang Global yang terlihat saat ini kurang memuaskan karena sering terjadi kesalahan pelanggan merasa sering dikecewakan. Menurut (Kotler, 2000) dalam (Fatricia, 2018: 40) Kepuasan pelanggan adalah perasaan seseorang yang puas atau sebaliknya setelah membandingkan antara kenyataan dan harapan yang diterima dari sebuah produk atau jasa Kepuasan dapat diartikan dengan apa yang diharapkan sesuai dengan keinginan jika kualitas pelayanan diberikan dengan baik maka para pelanggan akan merasa puas tetapi jika perusahaan telah mengecewakan maka pelanggan tidak akan menjadi pelanggan setia.

Adapun data pelanggan pada PT Parit Padang Global Kota Batam adalah sebagai berikut :

**Tabel 1.3**  
Data Pelanggan PT Parit Padang Global di Kota Batam  
Tahun 2017

No	Lokasi Pelanggan	Jumlah Pelanggan
1	Batam Center	168
2	Nagoya	93
3	Jodoh	18
4	Batu Aji	96
5	Tanjung Uncang	21
6	Piayu	23
7	Sungai Panas	19
8	Tiban	32
9	Sekupang	8

10	Batu Ampar	6
11	Nongsa	15
12	Tanjung Balai Karimun dan Tanjung Batu	39
13	Tanjung Pinang, Bintan, Tanjung Uban, Natuna dan Kijang	75

Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PT PARIT PADANG GLOBAL DI KOTA BATAM”**

## 1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat di identifikasikan menjadi beberapa masalah sebagai berikut:

1. Terjadinya diskomunikasi antara salesman dan *customer sales and service administrasi* (cssa)
2. Adanya kesalahan input *quantity* yang di pesan oleh pelanggan, sehingga berpengaruh ke kualitas pelayanan
3. Harga jual produk CP SHARPY 200ml lebih murah dibandingkan CP GROW 200ml. tetapi penjualan produk CP EMULSION 200ml lebih kecil dibandingkan produk lainnya.
4. Kurang mempromosikan produk melalui media iklan atau spanduk yang di tempel di jalan raya.

5. Kurang mempromosikan *give away* untuk pembelian produk
6. Kepuasan pelanggan pada PT Parit Padang Global kurang memuaskan atau menarik para pelanggan.

### **1.3. Batasan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah diatas peneliti memandang perlu untuk melakukan pembatasan masalah yang akan diteliti. Hal ini dimaksud agar peneliti lebih fokus pada topik yang memang menjadi pokok permasalahan. Adapun batasan masalah pada peneliti ini adalah sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan, harga, promosi dan kepuasan pelanggan pada PT Parit Padang Global di Kota Batam
2. Produk Vitamin CP EMULSION 200 ml
3. Populasi yang diambil pada penelitian ini adalah sesuai dalam data pelanggan lokasi Batam Center dengan alasan adalah memiliki jumlah pelanggan yang terbanyak sesuai data tahun 2017 tabel 1.3

### **1.4. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di PT Parit Padang Global di Kota Batam?

2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT Parit Padang Global di Kota Batam?
3. Apakah promosi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT Parit Padang Global di Kota Batam?
4. Apakah kualitas pelayanan, harga dan promosi secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT Parit Padang Global di Kota Batam?

#### **1.5. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap pelanggan PT Parit Padang Global di Kota Batam
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan PT Parit Padang Global di Kota Batam
3. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap kepuasan pelanggan PT Parit Padang Global di Kota Batam
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga dan promosi secara simultan terhadap kepuasan pelanggan PT Parit Padang Global di Kota Batam

## **1.6. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi pihak-pihak sebagai berikut :

### **1.6.1. Manfaat Penelitian Teoritis**

Hasil dari penelitian ini dapat menjadi landasan dalam pengembangan perusahaan, Selain itu juga menjadi sebuah nilai tambah pengetahuan ilmiah dalam bidang pengembangan perusahaan dalam bidang pemasaran.

### **1.6.2. Manfaat Penelitian Praktis**

#### 1. Bagi Objek Peneliti

Dapat memahami dan menambah ilmu wawasan di bidang pemasaran

#### 2. Bagi Universitas Putera Batam

Dalam pengembangan ilmu pengetahuan untuk penelitian tersebut memberikan penambahan ilmu untuk mahasiswa yang bersangkutan.

#### 3. Bagi Perusahaan PT Parit Padang Global

Bagi perusahaan yang di jadikan bahan penelitian manfaatnya untuk perusahaan adalah bisa mengetahui kekurangan yang ada saat inidan mendapatkan masukan baru yang sekiranya penting

#### 4. Bagi Penelitian lanjutan

Bagi penelitian lanjutan semoga penelitian saat ini bisa memberi masukan atau bayangan untuk penelitian lanjutan, walaupun penelitian ini tidak sempurna.