

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan zaman globalisasi dan teknologi yang sangat cepat ini menuntut adanya transformasi pada semua bidang didunia sekarang ini. Khususnya pada bidang pemasaran yang ada saat ini. Perkembangan sistem teknologi informasi yang berkembang pesat dan semakin canggih ini membuat perusahaan memanfaatkan kepentingan pemasaran dan penjualan produk. Memiliki sebuah alat elektronik seperti komputer dan perlengkapannya sudah bisa mengelola bisnis jual beli dan menghemat biaya produksi. Perkembangan zaman juga membuat keperluan masyarakat semakin meningkat sehingga dalam menentukan keperluan masyarakat juga akan terpengaruh dalam memilih suatu produk yang diharapkan bisa membuat keperluan masyarakat terpenuhi. Dalam menentukan kesuksesan bisnis, tidak lepas dari kepuasan yang ingin diciptakan oleh suatu perusahaan, banyaknya pesaing atau kompetitor dalam menawarkan berbagai produk dan pelayanan, perusahaan harus menentukan strategi biar bisa bersaing dan bertahan dalam bisnis yang sedang dijalankan. PT Weedo Niaga Global adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang jual beli barang impor yaitu tas, yang berlokasi di batam komplek gudang 1 blok A8-9 yang telah berdiri pada tahun 2014 dengan visi menjadi brand terkenal di indonesia dan dapat bersaing ditingkat internasional dengan misi good service, good sistem, dan good quality.

Tas merupakan salah satu fashion yang sangat mengikuti zaman saat ini, tas sangat cocok dan serasi terhadap pakaian yang telah menjadi kebutuhan sandang makhluk sosial yang berbudaya. Terdiri dari 2 jenis tas yang disediakan oleh perusahaan PT Weedo Niaga Global yaitu tas untuk pria dan untuk wanita. Para konsumen bisa langsung datang ke toko untuk melihat dan mendapatkn langsung tas yang mereka inginkan. Bagi perusahaan, sebuah kunci kesuksesan merupakan hal yang sangat ingin dicapai dan ada beberapa kunci yang bisa dicapai salah satu kunci utama ialah kepuasan para konsumen yang akan memberikan dampak yang sangat besar bagi perusahaan. Kepuasan konsumen merupakan kunci keberhasilann bagi suatu perusahaan, dapat dilihat dari seseorang dengan perasaan senang dan kecewa ketika merasakan kinerja yang diberikan perusahaan dan konsumen akan membanding-bandingkan semua kinerja perusahaan (Purnamasari, 2015:3). Terdapat beberapa faktor dalam mecapai rasa puas para konsumen seperti kualitas produk kualitas pelayanan sehingga dapat menciptakan daya tarik perusahaan dalam mencari konsumen agar terjadi pembelian jangka panjang.

Kualitas produk yang diharapkan harus benar-benar dapat memenuhi kebutuhan manusia ataupun organisasi. Dalam dunia jual dan beli sering ditemukan perusahaan-perusahaan memasarkan tidak hanya satu produk saja, tetapi dengan bermacam - macam produk yang dipasarkan. Karena dengan memasarkan banyak macam produk maka perusahaan akan memperoleh stabilitas hasil yang lebih tinggi. Sedangkan perusahaan yang hanya menjual satu macam produk jika produk tersebut mengalami kegagalan atau tidak disenangi lagi konsumen. Maka perusahaan akan mengalami kesulitan (Sunyoto, 2012: 69)

Tabel 1. 1 Omset Penjualan PT Weedo Niaga Global pada tahun

No.	Bulan	Omset Penjualan
1.	Januari	338.452.000
2.	Februari	360.740.000
3.	Maret	349.773.000
4.	April	284.782.000
5.	Mei	267.730.000
6.	Juni	271.723.000
7.	Juli	282.703.000
8.	Agustus	254.037.000
9.	September	274.011.000
10.	Oktober	334.009.000
11.	November	345.230.000
12.	Desember	355.682.000

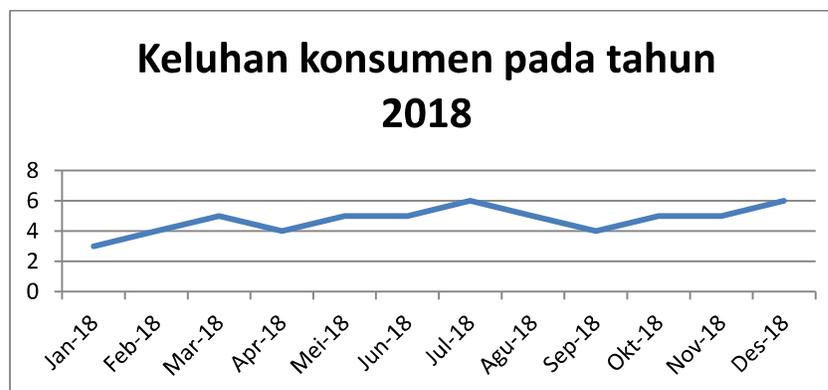
Sumber: PT Weedo Niaga Global

Berdasarkan tabel diatas, terlihat bahwa perusahaan PT Weedo Niaga Global telah terjadi naik turunnya tingkat penjualan perusahaan, dapat dilihat dari bulan januari sampai bulan maret telah terjadi kenaikan, sedangkan dibulan selanjutnya mengalami ketidakstabilan ketimbang bulan-bulan pertamanya. Fenomena ini tentu menjadi masalah dalam perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaan.

Perusahaan perlu membuat pemasaran yang menarik sehingga dapat menarik perhatian khusus dari para konsumen. Produk yang bisa bertahan dan menjadi saingan bagi perusahaan lainnya harus melakukan beberapa inovatif, dari berbagai inovatif diantaranya seperti warna, bahan, bentuk dan bisa juga dari model-model yang harus sejalan dengan trend yang berlaku biar tetap mengikuti jaman. Produk perusahaan menjadi alat penjualan yang ingin dicapai oleh perusahaan terkait banyaknya perusahaan bersaing untuk memberikan kualitas produk terbaik, Produk yang dipasarkan tentu saja akan menjadi suatu pertimbangan untuk para konsumen membelinya dan adanya pelayanan yang bisa memberikan kepuasan bagi kosumen. Kualitas produk yang sesuai dengan selera para konsumen harapan konsumen

merupakan hal yang harus dicapai oleh perusahaan, sehingga perusahaan harus mengatu strategi-strategi dalam memberikan kualitas produk yang terbaik kepada konsumen. Seharusnya yang diberikan oleh perusahaan sudah mencukupi harapan para konsumen karena sudah disediakan berbagai macam model produk perusahaan.

Adapun kualitas produk yang menjadi faktor utama dalam mencapai kepuasan konsumen, kualitas pelayanan juga menjadi kunci utama bagi perusahaan dalam mewujudkan tujuan perusahaan sehingga perusahaan juga harus memperhatikan kualitas yang sangat identik dengan konsumen sehingga konsumen bisa merasakan langsung suasana yang ada suatu perusahaan sehingga mendatangkan dampak baik bagi perusahaan.



Gambar 1. 1 Keluhan Konsumen pada PT Weedo Niaga
Sumber : PT Weedo Niaga Global

Berdasarkan grafik diatas, keluhan konsumen pada bulan januari 2018 sampai bulan desember 2019 di PT Weedo Niaga Global, dimana terus terjadi peningkatan keluhan yang datang dari para konsumen, hal ini di sebabkan dari para konsumen yang telah membeli produk perusahaan merasa tidak puas. Dari setiap hari

pelayanan yang diberikan, para konsumen ingin mendapatkan informasi terkait produk yang telah dibeli dari perusahaan dan juga konsumen yang ingin menginformasikan terkait produk bahwa telah terjadi kerusakan dan ingin mendapatkan pelayanan setelah pembelian sehingga para konsumen datang kembali ke toko untuk memberikan informasi terkait produk dan masalah ini juga telah menjadi tanda tanya para atasan perusahaan yang melihat banyak konsumen yang datang ke perusahaan menunggu lama dalam mendapatkan informasi-informasi yang diinginkan para konsumen.

Kualitas pelayanan merupakan adanya perbedaan antara harapan dan kenyataan para pelanggan atas layanan yang mereka terima dan dapatkan dari para penyedia layanan atau perusahaan (Harun Al Rasyid, 2017:212). Pelayanan yang diberikan dari perusahaan kepada konsumen juga menjadi sebuah kunci keberhasilan perusahaan, perusahaan PT Weedo Niaga Global dengan memberikan layanannya salah satunya ingin memberikan kepuasan kepada semua konsumen yang datang berkunjung atau belanja ke perusahaan, tetapi perusahaan yang menjalankan bisnis ini juga harus melakukan evaluasi tentang pelayanan. Para konsumen yang datang ingin semua layanan yang diterima bersifat fleksibel, cepat dan nyaman. Perusahaan juga dituntut biar lebih tepat dan cepat dalam menanggapi masalah atau keluhan dari para konsumen sehingga menjadi nilai tambah dari konsumen biar tetap melakukan pembelian di waktu yang akan datang.

Kondisi seperti ini harus secepatnya dihentikan oleh perusahaan karena akan berdampak buruk untuk perusahaan ataupun mengalami kerugian. Untuk dapat bertahan, perusahaan harus mengambil langkah-langkah atau keputusan atas

keluhan dan masalah yang ada agar dapat meningkatkan kualitas produk dan layanan yang sesuai demi meningkatkan kepuasan konsumen. Berdasarkan uraian masalah diatas yang sedang terjadi, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI PT WEEDO NIAGA GLOBAL.”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, permasalahan yang diidentifikasi adalah sebagai berikut:

1. Kurangnya kepuasan konsumen terhadap kepuasan produk dan pelayanan sehingga omset penjualan yang tidak stabil (penurunan)
2. Kurangnya kualitas produk untuk meningkatkan daya tarik pelanggan
3. Kurangnya kemampuan pelayan dalam menanggapi keluhan pelanggan dan para pelanggan menunggu lama untuk mendapatkan informasi/respon dari perusahaan

1.3 Batasan Masalah

Identifikasi masalah yang dikemukakan diatas sehubungan dengan luasnya permasalahan dan fenomena yang timbul dari topik kajian peneliti dan mengingat keterbatasan kemampuan meneliti, waktu dan biaya meneliti, maka penulis merasa perlu melakukan pembatasan penelitian dalam hal-hal sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya mengenai kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen.
2. Responden dalam ini adalah pelanggan PT Weedo Niaga Global.

1.4 Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang menjadi focus perhatian peneliti adalah sebagai berikut:

1. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan konsumen PT Weedo Niaga Global?
2. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen PT Weedo Niaga Global?
3. Apakah Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan konsumen di PT Weedo Niaga Global?

1.5 Tujuan Penelitian

Dengan rumusan masalah yang telah dikemukakan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen di PT Weedo Niaga Global.
2. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di PT Weedo Niaga Global.
3. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di PT Weedo Niaga Global.

1.6 Manfaat Penelitian

Maanfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah:

1.6.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan serta kajian mengenai pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan kosumen.

1.6.2 Manfaat Praktis

1. Bagi perusahaan

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi masukan dan referensi bagi perusahaan untuk meningkatkan kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen.

2. Bagi peneliti

Dapat menambah wawasan pengetahuan dan pengalaman mengenai kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

3. Bagi akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan rujukan dan bahan perbandingan bagi para peneliti dalam melakukan penelitian sejenis (seperti judul peneliti) dimasa yang akan mendatang.