

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Semua pengguna internet tidak sedikit yang mengetahui media social media *facebook* yang merupakan media social terkemuka di seluruh penjuru dunia baik di Amerika, China, Australia, Japan dan sebagainya. Negara-negara yang disebutkan tersebut memiliki tingkat pengguna facebook yang sangat tinggi termasuk salah satunya Indonesia. Facebook bukan hanya sekedar media sosial biasa yang menyediakan forum untuk komunikasi saja baik pribadi maupun group. Akan tetapi media sosial ini juga sering dimanfaatkan oleh pengguna akun facebook untuk menginformasikan, berkomunikasi, mempromosikan, memasarkan produk, bahkan membuat suatu group forum jual beli khususnya di daerah masing-masing lewat internet yang sering disebut dengan e-marketing untuk menaikkan kualitas layanan dan memberi kepuasan kepada *customer* sehingga hal tersebut tentunya dapat meningkatkan pendapatan dengan mengurangi biaya operasional.

Berjualan di Facebook telah jadi kultur yang cukup lama dilaksanakan rakyat di Indonesia. E-marketing pada situs facebook demikian gencar dibicarakan dimana-mana dan sudah menjadi pokok pembicaraan masyarakat luas tentu sangatlah membantu masyarakat di Kota Batam dalam memenuhi kebutuhan, keinginan, permintaan. Seperti yang sudah kita ketahui situs facebook merupakan media sosial yang terpopuler di Indonesia, facebook ini bukan hanya sekedar forum untuk komunikasi tetapi juga forum yang dimanfaatkan sebagai e-

marketing oleh pengguna akun facebook yang di beri nama *Forum Jual Beli Tiban Batam*, yang dimana setiap orang bisa melihat produk yang di tawarkan di forum tersebut, akan tetapi masih terdapat rendahnya pemanfaatan yang digunakan pada situs fecebook dan masih terdapat pelayanan yang kurang memenuhi harapan konsumen, dengan demikian tentunya minat beli dan kepuasan yang dihasilkan konsumen masih tergolong rendah. Berikut merupakan profil pengunjung pada situs Forum Jual Beli Tiban Kota Batam:

Tabel 1.1. Profil pengguna Forum Jual Beli Tiban Kota Batam

Berdasarkan Pengguna	
LAKI-LAKI	52.4%
PEREMPUAN	48.1%

Sumber: Forum Jual Beli Tiban Kota Batam

Pada tabel tersebut menunjukkan persentase hadirin yang dibagi berdasarkan jenis kelamin, tingkat persentase pada laki-lai menunjukkan persentase 52,4%, dan perempuan menunjukkan persentase 48,1%. Hal tersebut menunjukkan bahwa pengguna jasa pembelian di facebook bukan cuma bersumber dari kalangan wanita saja, namun dari semua kalangan terutama pria turut ikut serta dalam penggunaan jasa di forum jual beli tiban kota batam tersebut. Kekuatan data pengguna yang dimiliki menunjukkan apakah fasilitas pelayanan serta kualitas produk yang diberikan penjual sesuai dengan standar kepuasan konsumen tersebut. Berikut merupakan persentase penjualan *Forum Jual Beli Tiban Kota Batam*:

Tabel 1.2. Postingan Penjualan FJB Tiban Kota Batam

JUMLAH POSTINGAN PENJUALAN FJB TIBAN KOTA BATAM	
Tahun	Persentase
2015	50,20%
2016	50,77%
2017	45,19%
2018	45,06%
2019	42,18%
2020	42,10%

Sumber: FJB Tiban Kota Batam

Pada table diatas menunjukkan Penjualan pada Forum Jual Beli Tiban Kota Batam pada tahun 2015-2020. Pada tahun 2015 hingga 2016 penjualan mengalami peningkatan, yaitu 50,20%-50,77% kemudian pada tahun 2017 hingga 2020 mengalami penurunan signifikan yaitu, tahun 2017 45,19%, 2018 45,06%, 2019 42,18% dan 2020 menjadi 42,10%.

Data diatas menunjukkan bahwa fasilitas pelayanan yang diberikan kurang optimal dalam memberikan pelayanan kepada konsumen, seperti memberikan informasi dari produk tersebut yang kurang spesifik atau deskripsi mengenai produk tersebut kurang lengkap. Kualitas produk yang diberikan juga sangatlah minim banyak konsumen yang kecewa dikarenakan produk yang dibeli tak selaras bersama yang dicitakan, oleh sebab itu konsistensi suatu produk sangat diperlukan oleh konsumen sehingga hal tersebut menyebabkan harga yang murah tetapi kualitas produk sangat rendah. Tingkat pembelian ulang di facebook *Forum Jual Beli Tiban Kota Batam* juga masih tergolong rendah, dikarenakan kualitas layanan yakni taraf keunggulan yang dicitakan dalam pengontrolan atas taraf keunggulan itu guna mencukupi kemauan dan kepuasan konsumen (Jontro, 2020).

(Tanama, 2017) mengemukakan bahwa fasilitas pelayanan yang baik adalah suatu kualitas yang diberi oleh perseroan sehingga mampu menaikkan kualitas serta nilai dari suatu produk tersebut. Pelayanan yang utama adalah kemudahan dalam pemesanan, pengiriman, pemasangan, konsultasi pelanggan dan lain sebagainya.

Dalam penelitian (Shinta, 2011:86) kualitas produk merupakan sesuatu yang ditawarkan ke pasar baik produk nyata atau produk tak nyata (jasa) hingga hal tersebut mampu memuaskan kemauan konsumen dan kebutuhan dipasar. Dari pengertian tersebut sudah dapat dilihat bahwa fasilitas pelayanan sangat mendukung kenyamanan pengguna dalam kemudahan menemukan barang yang tak kompleks, logistik yang mumpuni sampai layanan pemakai yang responsif. Dapat disimpulkan berdasarkan beberapa sampel data diatas bahwa penjualan pada situs jual beli di facebook terus mengalami penurunan dikarenakan konsumen yang terus mengarah pada sistem yang lebih bersegmen, seperti e-commerce yang ditawarkan situs online lain lebih spesifik dan mereka mempunyai merek bersama keunggulan yang ditawarkan spesial.

Dari pemaparan hingga penulis mengangkat judul **“PENGARUH FASILITAS PELAYANAN ONLINE DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (STUDI KASUS FORUM JUAL BELI TIBAN KOTA BATAM)”**

1.2. Identifikasi Masalah

Identifikasi persoalan dari studi ini :

1. Anggota Group FJB Tiban kurang optimal dalam memberikan pelayanan terhadap konsumen seperti informasi atau deskripsi mengenai barang kurang lengkap.
2. Kualitas produk yang di perjual belikan sangatlah minim. Banyak konsumen yang kecewa pada produk yang dibeli tak selaras bersama kinerjanya dan juga daya tahan produk sangat minim.
3. Banyaknya konsumen komplain dan rendahnya pembelian ulang ini menunjukkan bahwa rendahnya Kepuasan Konsumen masih ada, maka dari itu perlu adanya pembenahan dalam Kepuasan Konsumen.

1.3. Pembatasan Masalah

Sesuai identifikasi persoalan diatas peneliti membatasi persoalan hanya kepada permasalahan pokok yakni Variabel Fasilitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Kepuasan Konsumen.

1.4. Perumusan Masalah

Sesuai pemaparan hingga dirumuskan persoalan yang hendak dibahas di studi ini:

1. Apakah fasilitas pelayanan berpengaruh pada kepuasan konsumen Forum Jual Beli Tiban Kota Batam?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh pada kepuasan konsumen di Kota Batam?
3. Apakah fasilitas pelayanan serta kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh pada kepuasan Konsumen di Kota Batam?

1.5. Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai di studi ini berdasarkan perumusan persoalan ialah guna melihat :

1. Pengaruh fasilitas pelayanan pada kepuasan konsumen di Forum Jual Beli Tiban Kota Batam.
2. Pengaruh kualitas produk pada kepuasan konsumen pada Forum Jual Beli Tiban Kota Batam
3. Pengaruh fasilitas pelayanan online serta kualitas produk pada Kepuasan Konsumen Forum Jual Beli Tiban Kota Batam

1.6. Manfaat Penelitian

Adapun nilai studi ditetapkan oleh besarnya kegunaan yang didapat dari studi itu, kegunaan yang penulis citakan dari studi ini yakni:

1.6.1. Manfaat Teoritis

Studi ini dicitakan mampu menambah wawasan serta tambahan informasi untuk menyempurnakan teori yang sudah ada yang berhubungan bersama variabel di studi ini yakni fasilitas pelayanan serta kualitas produk berpengaruh pada kepuasan konsumen.

1.6.2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis di studi ini mampu bermanfaat untuk sejumlah pihak diantaranya yakni.

1. Bagi Perseroan

Capaian studi ini dicitakan mampu berguna guna pihak *Forum Jual Beli Tiban Kota Batam* dalam meningkatkan pelayanan dan kualitas produk dengan memberikan kenyamanan dan penanganan yang baik oleh pihak penjual.

2. Bagi Penulis

Memberikan pengetahuan Pengaruh Fasilitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen serta selaku satu diantara persyaratan guna memperoleh nilai skripsi dalam bidang pemasaran.

3. Bagi pembaca

Studi ini mampu dipakai selaku tambahan sumber pengetahuan umum utamanya tentang Pengaruh Fasilitas Pelayanan serta Kualitas Produk pada Kepuasan Konsumen bagi para pembaca serta peneliti selanjutnya.