

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perusahaan tentu membutuhkan manajemen untuk dapat mengatur keuangan serta jalannya usaha tersebut. Manajemen dapat berupa Perencanaan, Pengorganisasian, Pengarahan, dan Pengendalian. Manajemen merupakan sebuah kekuatan dalam sebuah organisasi untuk mengelola Sumber Daya Manusia, pelaksanaan organisasi atau kegiatan, dan menjalankan visi dan misi untuk mencapai tujuan perusahaan. Perusahaan dapat dikatakan sukses jika memiliki manajemen yang bagus dan mendapat kepuasan konsumennya. Selain manajemen yang dibutuhkan, tentu adanya teknologi canggih yang dapat membantu pekerjaan manusia serta untuk mendapatkan informasi.

PT Lotus Karya Globalindo merupakan perusahaan dalam bidang dagang dan jasa di kota Batam dan merupakan perusahaan baru pada tahun awal 2019. PT Lotus Karya Globalindo adalah perusahaan distributor yang menjual barang berat yang berupa peralatan *sparepart* dari negara Singapura, Malaysia, dan China. *Sparepart* adalah salah satu bagian dari sebuah mesin. Ketersediaan *Sparepart* cukup terbatas. Terdapat form pembelian untuk pengajuan pembelian *sparepart* tersebut. PT Lotus Karya Globalindo juga menyediakan peralatan lain selain produk yang mereka jual. Mereka juga menjual berbagai produk. Maka, pelanggan harus mengikuti sistem PO (*purchase order*) untuk mengajukan produk yang diinginkan.

Kualitas dalam suatu produk merupakan kunci agar konsumen dapat membeli suatu produk. Kualitas produk mempunyai tujuan yang baik bagi produsen maupun konsumen. Apabila kualitas produk tersebut bagus, sesuai dengan keinginan konsumen, produk tersebut akan disukai oleh pelanggan dan juga pasaran. Kepuasan konsumen dapat dinilai dari kualitas produk yang diberikan kepada konsumen. Maka dari itu, perusahaan harus pandai dalam memilih kualitas produk yang hendak dijual.

Jika suatu produk mempunyai kualitas yang kurang bagus, lebih baik menjelaskan kualitas produk tersebut kepada pelanggan secara jelas. Pelanggan yang yakin dengan produk yang ditawarkan membuat konsumen tidak ragu, karena dalam pemikiran konsumen, perusahaan ini bersama dengan karyawannya mendistribusikan produk yang bagus dan dapat menjelaskan dengan kualitas produk dengan baik. Terdapat masalah yang terjadi mengenai kualitas produk pada perusahaan adalah kondisi produk yang kurang stabil seperti mesin yang sering mati hidup dan kurang lengketnya produk jika disambungkan dengan produk lain seperti *belt conveyor*, dimana kualitas pada produk tersebut tidak dapat menyatu pada produk. Hal ini menimbulkan proses pembelian terhadap produk perusahaan berkurang.

Tabel 1.1. Produk yang kurang berkualitas

No	Nama Produk
1	Lem Sc 2000 tiptop
2	Dinamo Cas

Sumber : PT Lotus Karya Globalindo (2019)

Berdasarkan tabel 1.1, Lem Sc 2000 Tiptop merupakan lem karet yang mempunyai kegunaan seperti menyambungkan sebuah alat seperti *belt conveyor* ataupun produk lain berupa karet seperti *lagging pulley* dan kegunaan yang lain adalah untuk memperbaiki karet yang hampir putus atau tipis. Lem Sc 2000 tiptop adalah perlengkapan pada peralatan berat yang tentu memiliki ketahanan yang lama dan juga kuat. Produk tersebut mempunyai suatu masalah menurut konsumen karena pada saat konsumen menyambungkan alat *belt conveyor* yang hampir putus dengan Lem Sc 2000 Tiptop, lem tersebut tidak terlalu lengket pada produk yang akan disambung, dan ketahanannya sangat kurang yang akan mengakibatkan alat *belt conveyor* tersebut putus dalam jangka waktu yang pendek. Produk tersebut mempunyai kualitas yang kurang tetapi harganya terjangkau.

Produk kedua adalah Dinamo cas yang merupakan produk seken tetapi bergaransi yang berfungsi menyuplai listrik ke aki. Masalah mengenai produk tersebut menurut konsumen adalah mesin mobil sering mati atau keadaan tidak stabil. Pada saat konsumen memeriksa mobil ke bengkel, pihak bengkel mengatakan bahwa aki rusak karena dinamo cas yang memakan terlalu banyak daya listrik. Aki yang dapat bertahan sampai 3 tahun, karena dinamo cas yang kurang berkualitas karena seken hanya bertahan sampai 1 tahun. Kekurangan dari produk ini adalah produk seken tetapi memiliki garansi hanya 6 bulan yang dapat di claim di perusahaan serta mempunyai harga yang terjangkau.

Semakin banyak perusahaan baru, semakin banyak juga saingan yang akan terjadi. Perusahaan-perusahaan pada bersaing untuk mendapatkan pelanggan,

maka penting bagi perusahaan untuk memiliki suatu strategi yang dapat mempertahankan pelanggannya dengan menerapkan *CRM (Customer Relationship Management)*. *CRM (Customer Relationship Management)* merupakan manajemen bisnis yang mempunyai strategi untuk mempererat hubungan antara pelanggan dan perusahaan serta dapat menguntungkan perusahaan. Terdapat beberapa masalah yang terjadi pada perusahaan seperti pengiriman lama dan garansi yang diberikan oleh perusahaan cukup singkat yaitu 6 bulan karena sebagian produk rusak setelah pemakaian kurang lebih setahun, jadi konsumen merasa dirugikan oleh perusahaan karena tidak dapat diclaim . Sehingga konsumen akan melakukan pertimbangan lebih sebelum melakukan pembelian ulang yang secara tidak langsung membuat perusahaan susah untuk mempertahankan pelanggan yang ada dikarenakan kecewa dengan produk yang dibeli. Masalah lainnya adalah konsumen tidak mendapat potongan harga atau diskon jika konsumen membeli produk dalam jumlah yang besar, dan pelanggan merasa kurangnya fasilitas yang dapat membantu mereka mendapatkan informasi lebih mengenai produk.

Kepuasan konsumen sangatlah penting dalam suatu usaha untuk mencapai suatu tujuan. Kepuasan konsumen juga termasuk dalam strategi pemasaran. Kepuasan konsumen dalam penelitian ini ialah kualitas produk dan (*CRM Customer Relationship Management*). Dimana konsumen kurang puas dikarenakan tidak adanya tempat konsumen mendapat penjelasan yang detail dari pihak tertentu. Sebab jika pemasar menjelaskan kesalahpahaman mengenai produk tersebut tidak akan sedetail seperti layanan *Customer Service*. Maka perusahaan

butuh merekrut karyawan dengan keahlian masing-masing dan dapat fokus hanya pada satu tujuan saja. Kepuasan konsumen dapat memengaruhi loyalitas pelanggan. Konsumen yang puas dengan produk yang ditawarkan cenderung akan kembali membeli produk tersebut dan produk lainnya. Kepuasan konsumen inilah yang menjadi kunci utama bagi perusahaan untuk membeli kembali dari penjualan perusahaan.

Kepuasan pelanggan merupakan faktor terpenting serta kunci dalam menciptakan loyalitas pelanggan dalam perusahaan. Faktor penting dalam kepuasan pelanggan adalah *CRM (Customer Relationship Management)*. Kegunaan *CRM (Customer Relationship Management)* dalam perusahaan juga membantu menyelesaikan masalah yang ada, serta memberikan solusi. Kegunaan yang lain adalah jika suatu perusahaan tidak memiliki strategi yang jelas, dengan adanya *CRM (Customer Relationship Management)* dengan proses barunya dengan kecanggihan teknologi, sehingga perusahaan dapat maju di era digital.

Kualitas produk akan membuat pelanggan merasa puas dengan produk yang dimilikinya atau sesuai dengan keinginannya. Agar menjaga suatu kualitas produk, tentu harus memperhatikan standarisasi kualitas pada produk tersebut. Situasi tersebut akan meningkatkan kepuasan konsumen dengan perusahaan. Dan akan membuat produk lebih baik di kalangan pasar dan masyarakat.

Berdasarkan atas dasar latar belakang penelitian pada PT Lotus Karya Globalindo, maka penulis akan mengkaji lebih jauh penelitian **“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN *CRM* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT LOTUS KARYA GLOBALINDO DI KOTA BATAM”**

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang tercantum di atas, berikut identifikasi masalah tersebut, misalnya:

1. Kualitas produk dari perusahaan masih kurang maksimal atau tidak sesuai harapan konsumen
2. Sering terjadinya keterlambatan pengiriman barang, kurangnya *Customer Service* untuk melayani pelanggan, jangka waktu garansi terlalu singkat, dan kurangnya pemberian diskon.
3. Perusahaan masih kurang mampu untuk memenuhi kepuasan konsumen.

1.3. Batasan Masalah

Ada beberapa masalah identifikasi pada penelitian ini. Oleh karena itu, ada batasan masalah untuk membatasi masalah seperti:

1. Penelitian ini berfokus pada kualitas produk yang berupa peralatan alat berat.
2. Penelitian ini berfokus pada strategi perusahaan berupa *Customer Relationship Management* untuk mencapai kebutuhan konsumen agar konsumen senang dengan produk yang ditawarkan.
3. Objek pada penelitian ini dibatasi dengan pembelian produk yang dilakukan konsumen melalui email dan telepon.

1.4. Rumusan Masalah

Berikut uraian masalah-masalah yang muncul dalam penelitian, misalnya:

1. Apakah kualitas produk sangat penting akan memengaruhi kepuasan konsumen PT Lotus Karya Globalindo?

2. Apakah *CRM (Customer Relationship Management)* akan memengaruhi kepuasan konsumen pada PT Lotus Karya Globalindo?
3. Apakah kualitas produk dan *CRM (Customer Relationship Management)* akan memengaruhi kepuasan konsumen pada PT Lotus Karya Globalindo?

1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan diatas, tujuan penelitian untuk:

1. Mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada PT Lotus Karya Globalindo.
2. Mengetahui pengaruh *CRM (Customer Relationship Management)* terhadap kepuasan konsumen pada PT Lotus Karya Globalindo.
3. Mengetahui adanya pengaruh kualitas produk dan *CRM (Customer Relationship Management)* terhadap kepuasan konsumen pada PT Lotus Karya Globalindo.

1.6. Manfaat Penelitian

Manfaat dari pelaksanaan penelitian ini dapat diperoleh dari 2 aspek, yaitu:

1.6.1. Aspek Teoritis

Dalam penelitian ini, secara teoritis penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi untuk mempelajari mengenai manajemen dan perilaku konsumen dalam menjaga kepuasan konsumen dalam sebuah usaha atau organisasi.

1.6.2. Aspek Praktis

Hasil penelitian ini dari segi praktis dapat bermanfaat kepada peneliti lain serta berguna:

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini berguna untuk perusahaan dalam membantu mencapai tujuan bersama dan sebagai bahan informasi dibidang kepuasan konsumen untuk menjaga loyalitas pelanggan dan meningkatkan kepuasan pelayanan di perusahaan.

2. Bagi Universitas Putera Batam

Penelitian ini berguna untuk menjadi referensi kepada peneliti dan sebagai akademi komunitas untuk membantu meningkatkan wawasan mengenai manajemen dan perilaku mengenai konsumen.

3. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat berguna bagi peneliti dimasa depan untuk menambah wawasan mengenai pentingnya kepuasan konsumen, menjaga loyalitas pelanggan dan *CRM (Customer Relationship Management)* terhadap suatu perusahaan dan dapat membantu mengambil suatu keputusan dimasa depan.