

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada era bisnis saat ini, persaingan di dalam lingkup korporat semakin ketat. Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, penting bagi badan usaha untuk mengoptimalkan kinerja perusahaan mereka agar tetap kompetitif di pasar global. Perusahaan harus melakukan upaya bersama untuk memperoleh pengetahuan dan pemahaman tentang keinginan dan harapan konsumen mereka. Dengan memahami persyaratan, preferensi, dan harapan konsumen, perusahaan dapat memperoleh wawasan penting untuk merumuskan strategi pemasaran yang bertujuan untuk mencapai kebahagiaan pelanggan. Perusahaan sering kali didirikan dengan tujuan mencapai keberlanjutan jangka panjang dan memaksimalkan keuntungan. Agar perusahaan berhasil mencapai tujuannya, sangat penting bahwa individu dan kelompok dalam organisasi mampu melaksanakan tugas dan tanggung jawab mereka dengan baik.

Hal ini terbukti dari banyaknya organisasi yang secara eksplisit mencantumkan dedikasi mereka terhadap kebahagiaan klien. Penentu utama bagi organisasi untuk menjadi pemenang dalam persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada klien melalui penyediaan barang dan layanan berkualitas tinggi. Kesenangan atau ketidakpuasan konsumen merupakan aspek yang melekat dalam pengalaman konsumen saat menggunakan suatu produk atau layanan. Pelanggan cenderung mengembangkan nilai-nilai tertentu berdasarkan pengalaman yang mereka dapatkan.

Nilai akan memengaruhi kemampuan konsumen untuk membandingkan barang atau jasa yang pernah mereka alami dengan barang atau jasa yang ditawarkan oleh pesaing. Pengembangan pasar yang terpadu diperlukan untuk memenuhi permintaan pelanggan dan mengatasi hambatan yang ditimbulkan oleh lingkungan perusahaan yang sangat kompetitif. Hal ini dapat dicapai dengan penerapan rencana bauran pemasaran yang dijalankan dengan baik, yang mencakup unsur-unsur seperti pengembangan produk, penetapan harga, distribusi, dan kegiatan promosi.

Kelayakan kemungkinan bisnis dalam pemasaran produk terkait erat dengan dinamika situasi dan unsur-unsur eksternal yang melingkupinya. Organisasi jasa harus terus menyesuaikan barang mereka untuk memenuhi permintaan masyarakat agar dapat berkembang dan mencapai profitabilitas yang memuaskan. Kepuasan konsumen dapat dipengaruhi oleh konsumen yang membandingkan kualitas layanan yang diberikan dengan harapan mereka. Konsumen tertentu memerlukan lebih banyak perhatian dan layanan dibandingkan dengan pelanggan lain. Beberapa konsumen tidak akan pernah memberikan umpan balik, terlepas dari jumlah perhatian atau kebahagiaan yang mereka dapatkan dari perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan harus mengandalkan analisis untuk mengukur kegembiraan atas kepuasan klien (Basith, 2014:2).

Menurut (Kotler dan Keller, 2016), Kualitas Produk adalah keseluruhan ciri serta dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang tersirat. Konsumen mengharapkan produk yang dibeli memiliki kualitas yang baik dan sesuai dengan harapan agar dapat memuaskan mereka.

Produk memiliki arti penting bagi perusahaan karena tanpa adanya produk, perusahaan tidak akan dapat melakukan apapun dari usahanya.

Penting bagi sebuah perusahaan untuk tidak hanya mengutamakan kualitas produk, tetapi juga memastikan bahwa mereka memberikan layanan yang sangat baik kepada konsumen. Hal ini penting untuk menciptakan rasa puas dan nyaman bagi konsumen. Memiliki kualitas produk yang baik saja tidak cukup jika layanan yang diberikan di bawah standar. Dalam kasus seperti itu, konsumen tidak akan merasa puas dengan pengalaman mereka di perusahaan. Kualitas layanan, sebagaimana didefinisikan oleh Tjiptono (2014: 268), mengacu pada tingkat keunggulan yang diinginkan dan kemampuan untuk mempertahankan kendali atas tingkat tersebut untuk memenuhi harapan pelanggan. Jika layanan dipandang memenuhi harapan, maka akan dianggap sangat baik atau positif dalam hal kualitas. Di sisi lain, jika layanan dianggap lebih buruk dari yang diantisipasi, maka dikatakan memiliki kualitas yang buruk atau negatif.

Menurut (Tjiptono 2014:282) kualitas pelayanan dapat dinilai dari berbagai hal berikut yaitu keandalan (*reliability*) yang diberikan perusahaan dalam bentuk kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, daya tanggap (*responsiveness*) yang diberikan perusahaan dalam bentuk keinginan para staf untuk membantu para konsumen dan memberikan pelayanan dengan tanggap, jaminan (*assurance*) yang diberikan perusahaan mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, risiko dan keragu-raguan, empati (*emphaty*) meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami

kebutuhan konsumen, tampilan fisik (*tangible*) yang diberikan perusahaan kepada konsumen meliputi fasilitas fisik, perlengkapan pegawai, dan sarana komunikasi.

Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen. Ketika pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan di nilai baik maka akan memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Keberhasilan suatu perusahaan atau organisasi dalam mencapai tujuannya tidak terlepas kaitannya dari sumber daya manusia yang dimiliki, karena sumber daya manusia yang akan mengatur dan mengelola faktor - faktor produksi yang dimiliki perusahaan untuk membantu mencapai tujuan perusahaan itu sendiri. Kualitas produk dan kualitas pelayanan adalah dua faktor utama yang memengaruhi kepuasan konsumen. PT Lisa Concrete Indonesia, sebagai salah satu perusahaan di sektor konstruksi dan beton, perlu memahami bagaimana kualitas produk dan kualitas pelayanan berkontribusi terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di PT Lisa Concrete Indonesia.

PT. Lisa Concrete merupakan perusahaan yang bergerak di bidang industri pabrikan beton. Di mana perusahaan yang telah berdiri semenjak tahun 1994 melakukan kerjasama dengan PT. Duta Sarana Perkasa. Bercabang di Bali perusahaan ini terletak di Desa Sukadana, Kecamatan Kubu, Kabupaten Karangasem dengan total karyawan bagian produksi berjumlah 67 orang dan jumlah konsumen yang pernah melakukan pembelian sebanyak 120 konsumen.

Berikut jumlah produksi pada tahun 2021-2023 pada Gambar 1.



Gambar 1.1

Jumlah Produksi dalam 3 tahun terakhir

Pada gambar 1.1 diatas menunjukkan bahwa perusahaan PT Lisa Concrete Indonesia di Kecamatan Kubu mengalami penurunan yang berkala pada jumlah produksi dalam 3 tahun terakhir. Pada tahun 2021 jumlah produksi pada perusahaan sebanyak 73.671 ribu unit dihitung berdasarkan jumlah produksi dari masing-masing jenis beton. Pada tahun tersebut pandemi covid tentu masih menjadi hambatan sehingga jumlah produksi dari perusahaan menurun. Pada tahun 2022 jumlah permintaan produksi mengalami kenaikan dengan jumlah 85.212 ribu unit tentu pada tahun tersebut banyaknya konsumen melakukan pembelian dikarenakan kebutuhan konsumen pada tahun tersebut meningkat karena keadaan sudah normal dari covid sehingga konsumen banyak melakukan pembelian. Pada tahun 2023 jumlah permintaan produksi mengalami penurunan yakni 48.199 dikarenakan adanya perusahaan yang tidak kembali melakukan pembelian dan juga pada tahun tersebut terjadinya fluktuasi penjualan dan terjadi penurunan persentase keuntungan penjualan selama 3 tahun terakhir diduga karena terdapat pesaing di dekat lokasi perusahaan. Hal ini tentu mempengaruhi kepuasan konsumen

dikarenakan produksi dan kualitas pelayanan menjadi faktor penting untuk menjaga kestabilan perusahaan. Produk yang diproduksi pada PT Lisa Concrete Indonesia ini juga mengikuti permintaan konsumen dimana akan mempengaruhi tingkat penjualan dan kebutuhan konsumen. Mekanisme harga pasar juga mempengaruhi karena terdapat perubahan harga yang signifikan. Dalam hal ini kualitas produk dan kualitas pelayanan dari pihak perusahaan terus melakukan perkembangan untuk tetap mengutamakan kualitas yang bermutu.

Tentu adanya jarak tempuh dari pelayanan yang jauh ke pihak konsumen menjadi faktor penting dikarenakan kualitas pelayanan terkait pengiriman produk yang terbilang cukup memakan waktu karena jarak yang harus ditempuh memakan waktu yang banyak dengan target proyek yang harus rampung secepatnya. Hal ini dapat mempengaruhi pihak perusahaan beralih ke perusahaan lain yang lebih dekat dengan lokasi proyek. Adapun juga dikarenakan pihak konsumen hanya melakukan pembelian pada tahun pertama dan tidak adanya proyek yang dijalankan membuat konsumen tidak kembali melakukan pembelian.

Perasaan puas dari konsumen muncul karena terus melakukan pembelian. PT Lisa Concrete Indonesia selalu mengutamakan kebutuhan pelanggan setiap harinya dengan mengutamakan kualitas produk dan kualitas pelayanan ke konsumen. Dengan kualitas produk dan kualitas pelayanan yang berkualitas akan mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap perkembangan perusahaan.

Memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Konsumen yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan

menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali kemudian hari. Hal ini berarti kepuasan merupakan faktor kunci bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang yang merupakan porsi terbesar dari volume penjualan perusahaan.

Kualitas produk dan kualitas pelayanan memiliki peranan penting dalam mempertahankan konsumen yang dimiliki perusahaan tersebut. Bahkan hal ini juga dapat memberi keuntungan tersendiri bagi perusahaan, yang mana besar kemungkinan bagi perusahaan tersebut untuk mendapatkan pelanggan yang baru. Karena pelanggan yang puas akan kualitas produk dan kualitas pelayanan yang mereka rasakan cenderung akan menceritakan pengalaman mereka kembali atas produk yang mereka rasakan, kepada rekan ataupun keluarganya.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa masing-masing konsumen melalui kualitas pelayanan melalui pengiriman produksi yang memakan waktu sehingga kepuasan konsumen menjadi hal yang penting untuk diperhatikan. Tentu permintaan mekanisme pasar menjadi hal yang penting setiap tahunnya karena tidak semua proyek berjalan setiap harinya yang menyebabkan produksi dari pihak perusahaan mengikuti permintaan dari konsumen. Semua hal tersebut tentu mempengaruhi kepuasan konsumen dalam melakukan pembelian.

Upaya-upaya tetap dilakukan oleh PT Lisa Concrete Indonesia di Kecamatan Kubu untuk mempertahankan konsumen agar tetap percaya dan yakin untuk tetap memilih produk-produk dan juga kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak perusahaan sehingga dapat berdampak pada kepuasan konsumen.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka penulis berminat untuk mengambil judul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan**

terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Lisa Concrete Indonesia di Kecamatan Kubu”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, permasalahan dalam penelitian ini dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Terdapat konsumen yang tidak kembali melakukan pembelian produk
2. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak produksi masih rendah dalam proses pengiriman produk dan estimasi pengiriman produk ke pihak konsumen.
3. Adanya fluktuasi atau kenaikan nilai harga yang khusus karena perubahan mekanisme pasar.
4. Terdapat pesaing usaha yang di dirikan berada disekitar lokasi.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka masalah dalam penelitian ini dibatasi pada kajian pengaruh kualitas produk (X_1), Kualitas pelayanan (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y).

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan yang terjadi pada PT. Lisa Concrete Indonesia Kecamatan Kubu sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di PT Lisa Concrete Indonesia?
2. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di PT Lisa Concrete Indonesia?

3. Apakah ada pengaruh antara kualitas produk dan Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan konsumen di PT Lisa Concrete Indonesia?

1.5 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada PT Lisa Concrete Indonesia di Kecamatan Kubu.
2. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT Lisa Concrete Indonesia di Kecamatan Kubu.
3. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT Lisa Concrete Indonesia di Kecamatan Kubu.

1.6 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan peneliti berharap bisa memberikan manfaat dan dapat dijadikan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya dalam hal pengembangan di bidang penelitian khususnya yang terkait dengan pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Peneliti

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan peneliti terhadap Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT Lisa Concrete Indonesia di Kecamatan Kubu dan dapat mengambil kesimpulan serta diharapkan dapat memberi manfaat dari hasil penelitian ini kedepannya.

b. Bagi Mahasiswa

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi Mahasiswa Universitas Pendidikan Ganesha

c. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada PT Lisa Concrete Indonesia mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Memberikan masukan bagi PT Lisa Concrete Indonesia untuk meningkatkan kualitas produk dan kualitas pelayanan agar dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

