

BAB I

Pendahuluan

I.1 Latar Belakang Penelitian

Tingkat persaingan dunia manufaktur di Indonesia sangat ketat, karena setiap perusahaan senantiasa berusaha untuk dapat meningkatkan pangsa pasar dan meraih konsumen baru. Pada dasarnya dengan semakin banyaknya pesaing maka semakin banyak pula pilihan bagi pelanggan untuk dapat memilih produk yang sesuai dengan apa yang menjadi harapannya. Sehingga konsekuensi dari perubahan tersebut adalah pelanggan menjadi lebih cermat dan pintar dalam menghadapi setiap produk yang diluncurkan dipasar. Syarat yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan manufaktur agar dapat mencapai sukses dalam persaingan adalah berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan/klien. Agar tujuan tersebut tercapai, maka setiap perusahaan harus berupaya menghasilkan dan menyampaikan barang yang diinginkan konsumen dengan harga dan pelayanan yang pantas. Dengan demikian, setiap perusahaan harus mampu memahami perilaku konsumen pada pasar sasarannya, karena kelangsungan hidup perusahaan tersebut sebagai organisasi yang berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen sangat tergantung pada perilaku konsumennya.

Perusahaan harus dapat menentukan strategi manufaktur dan pemasaran yang tepat agar usahanya dapat bertahan dan memenangi persaingan, sehingga tujuan dari perusahaan tersebut dapat tercapai. Suatu perusahaan harus bekerja keras membuat kebijakan-kebijakan strategis baru dalam menjual produk mereka dalam kaitannya menghadapi persaingan yang ketat dengan kompetitor yang dapat memberikan *value* yang lebih besar kepada *customer*. Pemikiran yang berorientasi pada pasar dan konsumen merupakan kebutuhan yang tidak dapat dihindari lagi di era persaingan industry manufaktur yang *hyper competition*. Era ini diyakini pula sebagai era

dengan ketidakpastian yang dibarengi dengan munculnya *fase* pertumbuhan yang tidak menentu. Salah satu penyebabnya adalah tingginya tingkat persaingan di industri manufaktur baik lokal maupun global. Untuk menarik minat konsumen membeli produk yang ditawarkan maka dibutuhkan adanya promosi yang efektif, kualitas produk yang bermutu dan juga layanan purna jual yang mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan.

Dalam kaitannya dengan kualitas pelayanan yang ada di industri manufaktur maka kualitas pelayanan harus dapat ditingkatkan dengan sebaik-baiknya. Semakin baik kualitas pelayanan maka diharapkan kepuasan konsumen akan semakin baik pula yang pada akhirnya akan menggiring kepada loyalitas konsumen yang semakin tinggi dan profit perusahaan pun akan semakin tinggi pula. Perusahaan manufaktur harus menjaga fasilitas peralatan mesin yang dimiliki. Karena peralatan mesin merupakan bagian dari *tangible asset* yang dimiliki oleh perusahaan. Semakin baik aspek *tangible* ini dijaga oleh perusahaan maka kualitas pelayanan pun dapat dijaga konsistensinya. Begitu pula dengan *reliability* (keandalan) perusahaan harus mampu memenuhi tingkat waktu *manufacturing* yang disepakati bersama. Selain itu perusahaan juga harus memiliki daya *responsiveness* (daya tanggap) yang baik terhadap kebutuhan setiap pelanggan/klient. Selain itu perusahaan pun harus memberikan *assurance* (jaminan) yang pasti kepada setiap pelanggannya berkaitan dengan kualitas produk yang di *manufacturing* di perusahaannya. Hal terakhir yang harus dimiliki perusahaan *manufacturing* adalah *empathy* (empati) dimana karyawan mampu memperlihatkan rasa peduli yang tinggi kepada setiap kliennya.

CV. Astrindo Ghita Mandiri merupakan salah satu perusahaan manufaktur terkemuka yang ada di Kepulauan Riau. Perusahaan ini terletak di Kota Pekanbaru yang sudah berdiri sejak tanggal 18 may 2012. Perusahaan ini memiliki focus usaha pada pembuatan *mould/dies* dan produk *plastic injection moulding*.

Pangsa pasar yang dimiliki oleh perusahaan ini mengalami perkembangan yang cukup signifikan dari tahun ke tahun. Oleh karena itu perusahaan harus mampu menjaga kualitas pelayanan yang ada selama ini bahkan meningkatkannya dengan sebaik-baiknya. Hal ini penting karena semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen maka semakin baik pula kepuasan konsumen yang dapat dicapai. Begitu pula sebaliknya semakin buruk kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen maka semakin buruk pula kepuasan konsumen yang dapat dicapai. Perusahaan yang ingin berkembang dan selalu bertahan harus dapat memberikan kepada para pelanggan produk baik barang maupun jasa yang bermutu lebih baik, harga bersaing, penyerahan lebih cepat, pelayanan kualitas produk yang lebih baik dari pada pesaing. Untuk memenuhi kepuasan pelanggan dan manufaktur pada CV Astrindo Ghita Mandiri, kualitas pelayanan dan *manufacturing* penting dikelola perusahaan dengan baik.

Kualitas pelayanan dan kualitas manufaktur merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan pelanggan. Menyadari hal tersebut, tampak betapa pentingnya usaha pemahaman akan faktor-faktor yang bisa mempengaruhi kepuasan konsumen dalam pencapaian keberhasilan pemasaran. Pelayanan dan hasil produksi merupakan komponen nilai yang pokok yang menggerakkan setiap perusahaan untuk sukses.

Pada dasarnya kualitas pelayanan dan kualitas manufaktur merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima (*perceived services*) dengan tingkat pelayanan yang diharapkan (*expected services*). Bagi perusahaan kuncinya adalah menyesuaikan atau melebihi harapan mutu produk yang diinginkan konsumen. Apabila pelayanan yang diterima atau dan produk yang dihasilkan sesuai dengan yang diharapkan konsumen, maka kualitas pelayanan dan kualitas manufaktur dipersepsikan baik dan memuaskan. Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi

pelanggan. Berikut adalah gambaran perusahaan CV. Astrindo Ghita Mandiri jika dibandingkan dengan 2 perusahaan lainnya di kepulauan Riau.

Tabel I.1 Gambaran CV. Astrindo Ghita Mandiri

Indikator Perusahaan	PT Deer Sukses Abadi	PT Ris Investarindo Sarana	CV Astrindo Ghita Mandiri
Pencetakan Perbulan	60.000 biji (keping)	70.000 biji (keping)	50.000 biji (keping)
Omsset Penjualan Perbulan	Rp.55-80 juta	Rp.65-90 juta	Rp.50-70 juta
Penjualan Perhari	Rp,2.75-4 juta	Rp.3.25-4.5 juta	Rp.2.5-3.5 juta
Modal Jual Per Keping	Rp.55	Rp.65	Rp.70
Margin Dari Total Omset	10-15 %	10-20 %	20%
Produksi Perhari	2000-4000 tutup galon	2500-4500 tutup galon	2500-3500 tutup galon
Punya Mesin	2	3	3

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa CV. Astrindo Ghita Mandiri mempunyai rata-rata penghasilan perbulan yang lebih rendah dibandingkan dengan kedua pesaingnya. Hal ini terbukti dengan pencetakan perbulan hanya dapat mencetak 50.000 biji (keping) dibawah rata-rata kedua pesaingnya. Begitu pula Omzet penjualan hanya berkisar sebesar 50-70 juta perbulan dengan kata lain perusahaan bisa meraih 2,5-3,5 juta untuk omzet penjualan perharinya. Perusahaan memiliki modal biaya produksi yang lebih tinggi dari 2 pesaing lainnya yaitu senilai 70 rupiah dengan Margin yang diperoleh dari total omzet adalah sebesar 20% yang pastinya juga pengambilan margin yang lebih besar dari 2 perusahaan pesaing. Pada akhirnya perusahaan hanya bisa memproduksi 2500-3500 tutup galon perharinya meskipun memiliki 3 mesin. Berdasarkan berbagai penjelasan diatas Maka dapat disimpulkan bahwa CV. Astrindo Ghita Mandiri masih memiliki daya saing industri yang lemah kondisi ini tak terlepas dari masih lemahnya kualitas pelayanan dan kualitas *manufactur* yang dimiliki oleh perusahaan yang pada ujungnya akan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan/konsumen.

Berdasarkan uraian diatas dapat dijelaskan bahwa kepuasan konsumen merupakan hal yang penting dalam kelangsungan setiap unit usaha. Agar usaha yang dijalankan mampu bertahan dan terus eksis maka konsumen harus dipertahankan dan ditingkatkan. Dengan kualitas pelayanan dan manufaktur yang diberikan kepada setiap konsumen sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen itulah diharapkan konsumen akan tetap membeli produk di CV. Astrindo Ghita Mandiri. Perlu kita ketahui bahwa setiap usaha akan mengalami ancaman yang sama yaitu konsumen kapan saja. Termasuk CV Astrindo Ghita Mandiri juga dapat kehilangan konsumennya kapan saja, jika kualitas pelayanan dan manufaktur yang diberikan tidak sesuai dengan keinginan konsumen. Untuk itu perlu diadakan penelitian tentang pengaruh tingkat kualitas pelayanan dan manufaktur terhadap kepuasan konsumen. Maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Manufaktur**

Terhadap Kepuasan Konsumen di CV. Astrindo Ghita Mandiri Dengan Metode *Multiple Regression*".

I.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada uraian di atas, maka rumusan masalah yang dikemukakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana Gambaran mengenai Kualitas Pelayanan, kualitas manufaktur, dan kepuasan konsumen di CV. Astrindo Ghita Mandiri.
2. Apakah ada pengaruh yang signifikan antara Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di CV. Astrindo Ghita Mandiri secara parsial.
3. Apakah ada pengaruh yang signifikan antara Kualitas manufaktur terhadap Kepuasan Konsumen di CV. Astrindo Ghita Mandiri secara parsial.
4. Apakah ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dan kualitas manufaktur terhadap Kepuasan Konsumen di CV. Astrindo Ghita Mandiri. secara simultan.

I.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari dilakukannya penelitian adalah menganalisis pengaruh antara kualitas pelayanan dan kualitas manufaktur terhadap Kepuasan Konsumen di CV. Astrindo Ghita Mandiri. Sesuai dengan masalah yang telah diuraikan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui gambaran mengenai Kualitas Pelayanan, kualitas manufaktur, dan kepuasan konsumen di CV. Astrindo Ghita Mandiri.
2. Untuk mengetahui pengaruh antara Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di CV. Astrindo Ghita Mandiri secara parsial.
3. Untuk mengetahui pengaruh antara Kualitas manufaktur terhadap Kepuasan Konsumen di CV. Astrindo Ghita Mandiri secara parsial.

4. Untuk mengetahui pengaruh antara kualitas pelayanan dan kualitas manufaktur terhadap Kepuasan Konsumen di CV. Astrindo Ghita Mandiri. secara simultan.

I.4 Batasan Penelitian

Agar pembahasan dalam penelitian sesuai dengan yang tujuan yang diharapkan, terarah dan tidak menyimpang maka diperlukan adanya batasan-batasan tertentu, yakni sebagai berikut :

1. Penelitian ini dilakukan kepada konsumen di CV. Astrindo Ghita Mandiri
2. Penelitian ini hanya membahas salah satu karakteristik yaitu kepuasan pelayanan dan manufaktur
3. Penelitian ini hanya sampai tahap analisis dan tidak sampai pada tahap implementasi

I.5 Manfaat Penelitian

Adapun Manfaat penelitian yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah :

1. Penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan konsep mengenai pengaruh antara kualitas pelayanan dan kualitas manufaktur terhadap Kepuasan Konsumen di CV. Astrindo Ghita Mandiri.
2. Hasil penelitian ini dapat mengidentifikasi faktor faktor yang memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen di CV. Astrindo Ghita Mandiri.

I.6 Sistematika Penulisan

Penelitian ini terdiri dari 5 bab utama yang diuraikan dengan sistematika sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi uraian mengenai latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, batasan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisi literatur yang relevan dengan permasalahan yang diteliti. Berisi teori-teori serta informasi yang terkait dengan penulisan, antara lain : paparan koseptual, dan pengembangan dari hipotesis penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini dijelaskan langkah-langkah penelitian meliputi: tahap merumuskan masalah penelitian, mengembangkan model konseptual, serta sistematika penyelesaian masalah.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Berisi data-data dikumpulkan dimana data yang dipakai adalah data kuisioner kepuasan pelayanan dan manufaktur yang dibagikan kepada costumer. Melalui data-data tersebut dilakukan pengolahan data.

BAB V ANALISIS

Pada bab ini dilakukan analisis terhadap hasil pengolahan data yaitu analisis tingkat kepuasan pelyanan dan manufaktur terhadap costumer.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Berisi kesimpulan dari penelitian dan saran yang diberikan oleh peneliti kepada perusahaan.

