

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 LATAR BELAKANG

Perusahaan adalah organisasi yang didirikan oleh seseorang atau sekelompok orang atau badan lain yang kegiatannya melakukan produksi dan distribusi guna memenuhi kebutuhan ekonomis manusia serta berperan penting dalam memenuhi kepuasan dan permintaan pelanggan. Tidak dapat dipungkiri bahwa persaingan industri juga berkembang pesat, yang memaksa perusahaan agar mampu bersaing dengan penuh kesiapan dalam menghadapi segala risiko.

PT. Tjakrindo Mas adalah perusahaan dalam negeri yang memproduksi produk beton pratekan yang merupakan material pokok di dalam pengembangan dan pembangunan infrastruktur di Indonesia yang berdiri sejak tahun 1997. Dalam pelayanan yang dilakukan oleh PT. Tjakrindo Mas selama ini dirasa belum mencapai tingkat kepuasan maksimal. Hal ini dapat dilihat dari survey yang dilakukan terhadap 15 orang pelanggan PT. Tjakrindo Mas dengan metode penyebaran kuesioner dan diperoleh beberapa keluhan yang dirasakan oleh pelanggan. Hal ini tentunya memerlukan perhatian khusus tentang nilai kepuasan pelanggan sehingga perlu diidentifikasi dengan berbagai karakteristik tingkat kepuasan pelanggan.

Tabel 1.1 Survey awal ketidakpuasan pelanggan beton pratekan PT. Tjakrindo Mas

No.	Faktor	Jumlah Pelanggan Tidak Puas
A	<b>Bukti Langsung (<i>tangible</i>)</b>	
1	Mempunyai karyawan yang berseragam sesuai SOP dan profesional	2
2	Visual produk beton yang dihasilkan kurang halus	3

3	Mempunyai sarana komunikasi yang lengkap guna menunjang pelayanan PT. Tjagrindo Mas	1
<b>B Reliabilitas (<i>reliability</i>)</b>		
1	Mampu memberikan harga yang sesuai dengan apa yang didapat konsumen	5
2	Selalu memberikan informasi pelayanan yang lengkap bagi konsumen	4
3	Ketepatan spesifikasi produk yang dipesan	2
<b>C Jaminan (<i>assurance</i>)</b>		
1	Pengiriman produk tepat waktu	1
2	Ketepatan produksi tepat waktu	1
3	Memberikan jaminan mutu atau kualitas untuk produk beton pratekan	2
<b>D Daya Tanggap (<i>responsiveness</i>)</b>		
1	Pelayanan yang cepat bagi konsumen	3
2	Lambat dalam menghadapi keluhan pelanggan	7
<b>E Empati (<i>Empathy</i>)</b>		
1	Memberikan kemudahan akses informasi tentang pelayanan PT. Tjagrindo Mas	1
2	Mengutamakan keamanan dan kenyamanan dalam setiap proses transaksi	1

(Sumber : Data Primer Diolah)

Dilihat dari hasil survey yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa kelambatan dalam menghadapi keluhan pelanggan merupakan persoalan pertama yang menjadi faktor ketidakpuasan pelanggan, yang kedua yaitu perusahaan mampu memberikan harga yang sesuai dengan apa yang didapat konsumen, yang ketiga yaitu perusahaan selalu memberikan informasi pelayanan yang lengkap bagi konsumen. Untuk faktor yang selanjutnya dapat dilihat pada tabel diatas. Namun survey tersebut dirasa belum mewakili tingkat kepuasan pelanggan seluruhnya. Permasalahan lain yaitu maraknya bermunculan pesaing dengan produk yang sejenis. Oleh sebab permasalahan tersebut, dilakukan penelitian ini dengan tujuan untuk menganalisis tingkat kepuasan pelanggan dan menentukan strategi pemasaran yang sesuai.

Pada penelitian ini digunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan dan metode SWOT untuk menentukan strategi pemasaran. Penggunaan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) dikarenakan memiliki kelebihan berupa keefisienan dan dapat mengetahui tingkat kepentingan dan kepuasan dari atribut yang didapat menurut pelanggan.

Pada penelitian ini dilakukan analisis atribut-atribut yang mengurangi hasil nilai kepuasan pelanggan disamping kelebihan yang dimiliki perusahaan. Atribut-atribut tersebut kemudian akan digunakan sebagai faktor internal untuk melakukan strategi pemasaran menggunakan analisis SWOT. Strategi pemasaran tersebut diharapkan dapat menjadi rekomendasi perbaikan kepada perusahaan untuk kedepannya.

## **1.2 RUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka didapat rumusan masalah pada penelitian ini yaitu:

*“Bagaimana indeks tingkat kepuasan pelanggan dengan menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan strategi pemasaran yang dapat digunakan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dengan metode analisis SWOT di PT. Tjakrindo Mas?”*

### **1.3 BATASAN MASALAH**

Adapun batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ditujukan pada pelanggan PT. Tjkrindo Mas
2. Metode yang digunakan dalam penelitian kepuasan pelanggan adalah *Customer Satisfaction Index (CSI)*
3. Penyebaran kuesioner dilakukan secara *online* kepada konsumen yang pernah melakukan pembelian di PT. Tjkrindo Mas
4. Kerusakan produk selama perjalanan ditanggung pihak distributor

### **1.4 ASUMSI**

Adapun asumsi-asumsi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Saat menjawab pertanyaan kuesioner, responden dapat memahami pertanyaan dan menjawab dengan jujur
2. Perusahaan tidak melakukan perubahan kebijakan selama proses penelitian berlangsung.

### **1.5 TUJUAN PENELITIAN**

Adapun tujuan penelitian yang telah dipaparkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan menggunakan metode *Customer Satisfaction Index (CSI)* dan menentukan strategi pemasaran menggunakan metode SWOT pada PT. Tjkrindo Mas

## **1.6 MANFAAT PENELITIAN**

Adapun manfaat penelitian yang telah dipaparkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### **1. Teoritis**

Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan tentang kepuasan pelanggan dan strategi pemasaran dengan menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan SWOT.

### **2. Praktis**

Secara praktis, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai masukan dan faktor pertimbangan bagi PT. Tjagrindo Mas guna meningkatkan kualitas dan strategi pemasaran yang berdampak pada kepuasan pelanggan.

## **1.7 SISTEMATIKA PENULISAN**

Adapun sistematika penelitian yang telah dipaparkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisikan latar belakang dilakukannya penelitian ini, rumusan masalah, batasan masalah, asumsi-asumsi, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisikan metode dan dasar-dasar teori yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu teori mengenai kepuasan pelanggan dengan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan SWOT.

**BAB III      METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini berisikan langkah-langkah dan segala hal yang berlangsung selama penelitian untuk mencapai tujuan dari penelitian.

**BAB IV      HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisikan pengumpulan data, pengolahan dari data yang telah dikumpulkan dengan menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan analisis SWOT untuk menentukan strategi pemasaran PT. Tjakrindo Mas.

**BAB V      KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran dari penelitian yang telah dilakukan.

**DAFTAR PUSTAKA****LAMPIRAN**