

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia industri modern menuntut persaingan yang kompetitif antara pemilik usaha, dari yang berskala kecil hingga yang besar untuk mendapatkan pelanggan. Kemampuan bersaing suatu industri tidak hanya diukur dari keunggulan produk di pasaran secara sesaat, tetapi juga kinerja sistem industri secara keseluruhan dalam jangka Panjang. Dunia bisnis semakin lama semakin berkembang dan perkembangan tersebut mengalami metamorfosis yang berkesinambungan. Perkembangan bisnis tersebut mengakibatkan adanya perubahan pola dan cara pesaing untuk mempertahankan bisnisnya.

Tingkat persaingan bisnis saat ini sangat ketat bahkan bisa dikatakan perusahaan berusaha cara maksimal untuk bisa bertahan di dunia bisnis. Hal ini terutama berlaku bagi Perusahaan yang bergerak di bidang distribusi baik itu distributor Tunggal maupun sub distributor. Hanya ada dua kata untuk menjalankan bisnis yaitu berhasil atau gagal. Bisa dikatakan berhasil apabila di dalam Perusahaan itu mengalami peningkatan keuntungan. Sebaliknya bisa dikatakan gagal apabila di dalam Perusahaan itu mengalami kerugian atau berkurangnya keuntungan dari tahun sebelumnya.

Nama besar Perusahaan tidak menjamin akan mudah mendapatkan kepercayaan dari para pelanggan atau mitra bisnis. Para pelanggan atau mitra

bisnis akan lebih memilih Perusahaan-perusahaan yang komitmen dan bisa diajak Kerjasama dibandingkan Perusahaan yang tidak peduli dengan kritik dan saran dari pelanggan atau mitra bisnis. Pelanggan atau mitra bisnis merupakan salah satu unsur yang penting dan perlu mendapatkan perhatian dalam dunia bisnis. Dengan memahami kebutuhan konsumen dan proses pembelian adalah dasar bagi suksesnya pemasaran karena dengan demikian Perusahaan dapat Menyusun strategi yang efektif untuk mendukung penawaran yang menarik bagi pasar sasaran, Esweka&Istiati (2015) dalam Aria Mulyapradana, Ary Dwi Anjarini, Harnoto (2020).

Distributor memiliki peran krusial dalam sistem ekonomi, yakni memfasilitasi penyaluran barang dan jasa dari produsen ke konsumen. Sebagai bagian dari kegiatan pemasaran, distributor bertujuan untuk memastikan produk dipasarkan secara efektif dan efisien. Berdasarkan jenisnya, distributor dapat dibedakan menjadi distributor grosir, distributor eceran, dan distributor regional. Distributor grosir membeli produk dalam jumlah besar langsung dari produsen dan membaginya menjadi ukuran yang lebih kecil untuk dijual kepada pengecer atau bisnis lainnya. Sementara itu, distributor eceran menjual produk langsung kepada konsumen akhir melalui toko fisik maupun online, dengan peran penting dalam memberikan akses langsung dan menciptakan pengalaman berbelanja yang menyenangkan. Adapun distributor regional, mereka beroperasi di wilayah tertentu dan membeli produk dari produsen untuk didistribusikan ke pengecer atau bisnis setempat, serta memberikan dukungan pemasaran dan layanan pelanggan yang efisien.

Dalam menjalankan fungsinya, distributor tidak hanya terbatas pada pembelian dan penjualan produk, tetapi juga mencakup penyimpanan, pengangkutan, klasifikasi, serta promosi produk. Distributor mengatur pengiriman barang dari gudang ke tujuan akhir, baik itu toko ritel, perusahaan, atau konsumen langsung. Untuk mencapai pengiriman yang tepat waktu dan efisien, mereka sering bekerja sama dengan perusahaan logistik. Selain itu, distributor berperan aktif dalam memasarkan dan mempromosikan produk yang mereka distribusikan melalui iklan, promosi penjualan, dan penyediaan materi pemasaran kepada pengecer.

Perusahaan distributor memainkan peran penting dalam siklus perdagangan karena mereka bertindak sebagai perantara antara produsen dan konsumen akhir. Industri di bidang ini akan membeli produk dari produsen dan menjualnya ke berbagai toko dan outlet penjualan lainnya sehingga memudahkan akses konsumen terhadap produk tersebut. Perusahaan juga bertanggung jawab untuk mendistribusikan produk-produk tersebut ke berbagai lokasi penjualan dan memastikan produk tersedia di pasar. Selain itu, mereka juga harus mampu mempromosikan produk, memberikan layanan pelanggan, serta memastikan stok tersedia dan dapat dipenuhi dalam waktu yang tepat.

Perusahaan distributor memiliki tugas mengurangi biaya dan risiko bagi produsen, karena produsen tidak perlu mengelola inventaris dan mengirimkan produk ke berbagai lokasi penjualan. Dengan menggunakan jasa ini, produsen dapat memfokuskan waktu dan sumber daya mereka pada

produksi dan inovasi produk. Proses penanganan tersebut meliputi penerimaan pesanan dari pelanggan, pengolahan pesanan, dan pengiriman pesanan. Proses ini harus dilakukan dengan cermat dan terus-menerus, karena setiap kesalahan dalam proses ini dapat berdampak pada kepuasan pelanggan.

Gambar 1.1

Informasi PT Tirta Rohalli Widyatama

Indonesia / SIDOARJO	
PT. Tirta Rohalli Widyatama	
Informasi perusahaan	
Informasi umum tentang PT. Tirta Rohalli Widyatama	
Nama terdaftar	PT. Tirta Rohalli Widyatama
Jenis badan hukum	Perseroan terbatas
Nomor bisnis	1125181
Alamat terdaftar	JALAN RAYA TRUNO JOYO
Kota	SIDOARJO

Sumber: companieshouse.id

PT Tirta Rohalli Widyatama adalah perusahaan distributor yang berdiri sejak tahun 2020, perusahaan PT Tirta Rohalli memiliki 2 kantor, yaitu kantor pertama yang di Sidoarjo dan kantor kedua yang berada di Surabaya. PT Tirta Rohalli Widyatama bergerak di bidang distributor kebutuhan bahan pokok dan kebutuhan sehari-hari, seperti sembako, produk pertanian, dan produk peternakan. Perusahaan ini mendistribusikan barang-barangnya kepada pelanggan yang berada di Surabaya dan sekitarnya.

Saat ini, PT Tirta Rohalli Widyatama telah berkembang menjadi perusahaan yang juga memproduksi bahan pokok, seperti beras dan gula. Produk-produk tersebut telah berhasil dipasarkan tidak hanya di area Jawa Timur, tetapi juga hingga ke luar pulau. Perkembangan ini menunjukkan komitmen perusahaan dalam menyediakan produk berkualitas dan memperluas jangkauan pasar.

Fenomena pada variabel X1, yaitu kualitas pelayanan, sering kali ditandai dengan adanya kritik dari pelanggan kepada PT Tirta Rohalli Widyatama terkait kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Hal ini tentu memengaruhi kepuasan pelanggan. Selanjutnya, fenomena pada variabel X2, yaitu harga, berkaitan erat dengan kualitas pelayanan. Apabila kualitas pelayanan yang diberikan belum mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan, harga yang ditetapkan oleh perusahaan dapat dianggap tidak sebanding dengan nilai yang diterima, yang pada akhirnya mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Tabel 1.1

Penjualan Setiap Tahun

No	Tahun	Laba/Rugi Penjualan (IDR)
1	2020	25.546.287
2	2021	16.234.879
3	2022	14.643.779
4	2023	10.060.001

Sumber: Data dari PT Tirta Rohalli Widyatama

Berdasarkan tabel di atas, terlihat bahwa PT Tirta Rohalli Widyatama mengalami penurunan penjualan setiap tahunnya. Penjualan tertinggi terjadi pada tahun 2020 dengan nilai Rp 25.546.287. Pada tahun 2021, laba bersih penjualan mengalami penurunan menjadi Rp 16.234.879. Pada tahun 2022, laba bersih penjualan kembali menurun menjadi Rp 14.643.779. Tahun 2023 mencatat penurunan lebih lanjut, dengan laba bersih penjualan sebesar Rp 10.060.000.

Perusahaan PT Tirta Rohalli Widyatama seringkali mengalami banyak keluhan, sebagaimana terungkap dalam wawancara yang dilakukan pada tanggal 20 Mei 2024 di kantor Perusahaan PT Tirta Rohalli Widyatama dengan salah seorang owner, mengatakan bahwa beberapa kendala yang mungkin terjadi dalam layanan ekspedisi yang digunakan. Terkadang, pengiriman mengalami keterlambatan dan tidak sesuai dengan waktu yang dijanjikan.

Selain itu, ada insiden di mana jumlah barang yang dikirim tidak sesuai dengan pesanan pelanggan. Jika stok barang di gudang habis saat proses pengiriman, pihak gudang seringkali tidak mengonfirmasi hal ini kepada admin. Terkadang, sales hanya mengisi truk dengan muatan satu ton, sedangkan kapasitas penuh truk adalah dua ton. Akibatnya, pengiriman harus menunggu hingga muatan mencapai kapasitas penuh, yang memakan waktu dan menyebabkan keterlambatan. Hal ini berdampak pada kepuasan pelanggan yang menjadi tidak puas dengan layanan yang diberikan.

Gambar 1.2
Faktur Retur Barang

FAKTUR PENJUALAN							
NO DO : DENNY		PELANGGAN : UD. BANI CITRA AZADI					
SALES : SYOLEH		PEMBAYARAN : 15/02/2021					
KONTR : 10-27TRWD		ALAMAT : PURI BAHU J. RAYA CIRENGKALANG (SEBELAH BANGSAT DEORAU) SDA					
TANGGAL : 10/02/2021		TELP : 0919 2627 2693 <i>Barang baik sesuai</i>					
KODE	Jumlah	NAMA BARANG	Harga @	Disc1	Disc2	Disc3	Sub Total
38	600	Kardus TEH 250 180 ML ...	17,150.00	0	0	0	9,384,445.49
42	12	Kardus TEH 250 180ML (S)	18,500.00	0	0	0	222,000.00
		<i>Paket</i>					
	812	Potong					222,000.00
	Kardus	Total					10,280,000.00
PENJUAL (JAMBU)		SOPAN		GURUWA		PEMBAWA (TTO 10470)	

Sumber: Data dari PT Tirta Rohalli Widyatama

Gambar 1.3
Faktur Retur Barang

FAKTUR PENJUALAN							
NO DO : ELIBUR		PELANGGAN : BIRGAM BPN TR					
SALES : SYOLEH		PEMBAYARAN : 15/02/2021					
KONTR : 10-181TRWR		ALAMAT : DS GROSOL, TIMUR BTERING TULANGAH DEORAU					
TANGGAL : 10/02/2021		TELP : 08273187873					
KODE	Jumlah	NAMA BARANG	Harga @	Disc1	Disc2	Disc3	Sub Total
38	180	Kardus TEH 250 180 ML ...	17,200.00	0	0	0	4,716,181.82
43	2	Kardus STARBUCK 20	18,000.00	0	0	0	36,000.00
42	2	Kardus TEH 250 180ML (S)	18,000.00	0	0	0	36,000.00
		<i>Kirim paket</i>					
	200	Potong					111,000.00
	Kardus	Total					5,190,000.00
PENJUAL (JAMBU)		SOPAN		GURUWA		PEMBAWA (TTO 10470)	

Sumber: Data dari PT Tirta Rohalli Widyatama

Gambar 1.4

Faktur Retur Barang

FAKTUR PENJUALAN							
NO DO : SUDENG		PELANGGAN : SABELLAH PESAWON		GAT:29			
SALES : RULLI		PEMBAYARAN : 12/11/2021					
NOMOR : 12-40TRWR		ALAMAT : PESAWON SEMAMPUR RT 3 RW 4 DUKUH DADAP JUANDA		Telat kirim			
TANGGAL : 12/11/2021		TEL. : 0895 3045 1838					
KODE	Jumlah	NAMA BARANG	Harga @	Dis1	Dis2	Dis3	Sub Total
36	120	Karton TEH ISO 180 ML ...	17.500.00	0	0	0	1.999.990.00
43	1	Karton STARSWEAT (2)	18.500.00	0	0	0	18.500.00
42	1	Karton TEH ISO 180 ML (2)	18.500.00	0	0	0	18.500.00
	122	Potong Total					37.000.00
		Karton					2.180.000.00
PENJUAL		GASIR		GUMANG		PEMUSA	
(RULLI)						(TIR. 2004)	

Sumber: Data dari PT Tirta Rohalli Widyatama

Faktur di atas merupakan bukti pengembalian barang dari pelanggan kepada perusahaan, yang terjadi karena ketidakpuasan pelanggan. Pelanggan merasa bahwa barang yang diterima tidak sesuai dengan pesanan dan mengalami keterlambatan dalam pengiriman.

Tabel 1.2

Jumlah Barang Retur

Bulan	Jumlah Barang Dikembalikan	Alasan Pengembalian
Mei	123	Tidak sesuai pesanan, keterlambatan pengiriman
Juni	136	Keterlambatan pengiriman, barang rusak
Juli	140	Tidak sesuai pesanan, keterlambatan pengiriman

Sumber: Data dari PT Tirta Rohalli Widyatama

Berdasarkan data retur pengembalian barang selama 3 bulan terakhir, terdapat tren yang cukup signifikan dalam jumlah barang yang dikembalikan. Pada bulan Mei 2024, tercatat sebanyak 123 barang yang dikembalikan. Jumlah ini meningkat pada bulan Juli 2024, di mana 136 barang dikembalikan. Dilanjut pada bulan Agustus 2024 terjadi penurunan jumlah retur menjadi 140 barang. Dari analisis alasan pengembalian barang, mayoritas pengembalian disebabkan oleh keterlambatan pengiriman dan ketidaksesuaian pesanan. Hal ini menunjukkan adanya permasalahan pada kualitas pelayanan. Tingginya angka pengembalian barang ini dapat merugikan perusahaan tidak hanya dari segi finansial, tetapi juga dari segi reputasi.

Hal ini menunjukkan betapa pentingnya bagi perusahaan untuk menjaga kualitas pelayanan yang baik agar dapat mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Masalah ini mencerminkan tantangan yang dihadapi perusahaan dalam mempertahankan kualitas pelayanan. Ketidakmampuan untuk memenuhi harapan pelanggan dapat mengakibatkan penurunan tingkat kepuasan, yang pada akhirnya berdampak negatif pada loyalitas pelanggan. Selain kualitas pelayanan, persepsi harga juga berperan penting dalam memengaruhi kepuasan pelanggan. Kenaikan harga yang tidak diimbangi dengan peningkatan kualitas pelayanan atau produk dapat mengubah persepsi harga pelanggan dan menyebabkan ketidakpuasan yang berujung pada pengembalian barang.

Tabel 1.3**Daftar Harga Produk PT Tirta Rohalli Widyatama Tahun 2023**

No	Kategori	Harga Per Unit (Rp)	Harga Tahun Lalu (Rp)	Perubahan Harga (%)
1.	Gula pasir	17.000	16.500	2.94%
2.	Gula merah	16.000	14.000	12.5%
3.	Beras	70.000	65.000	7.14%
4.	Minuman	18.000	17.000	5.88%
5.	Minyak	16.000	15.000	6.67%

Tabel di atas menunjukkan daftar harga berbagai produk di perusahaan PT Tirta Rohalli Widyatama untuk tahun 2023 dan perbandingannya dengan harga tahun sebelumnya. Dari tabel tersebut, terlihat bahwa sebagian besar produk mengalami kenaikan harga.

Perusahaan distributor alami tuntutan dari retail, perusahaan distributor juga harus memenuhi permintaan dan desakan dari retail, seperti waktu pengiriman dan kualitas produk. Karena retail seringkali memiliki deadline yang ketat, perusahaan distributor harus mampu mengatur jadwal pengiriman dengan baik dan memastikan produk yang dikirimkan memenuhi standar kualitas retail. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan mungkin perlu mengevaluasi dan meningkatkan aspek tertentu dari layanannya untuk memenuhi harapan pelanggan dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu aspek yang sangat penting. Dengan service yang memuaskan, pelanggan akan merasa nyaman, sehingga kemungkinan besar akan kembali membeli produk dari perusahaan tersebut di masa depan. Sebaliknya, jika pelayanan buruk, maka pelanggan kemungkinan besar akan menghindari perusahaan tersebut dan mencari alternatif lain. Ismail (2021), kepuasan pelanggan dipengaruhi secara signifikan dan parsial oleh kualitas pelayanan. Husni (2020), menghasilkan juga bahwa Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, begitu juga penelitian, Asti (2020).

Menurut Kotler dan Armstrong (2018) harga didefinisikan sebagai sejumlah uang yang dibebankan untuk suatu produk atau jasa, atau jumlah nilai yang dipertukarkan oleh pelanggan untuk manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Definisi ini tidak hanya mencakup jumlah nominal yang dibayarkan oleh pelanggan, tetapi juga nilai total yang diberikan oleh pelanggan dalam bentuk lain seperti waktu, usaha, atau pengorbanan lainnya. Persepsi harga adalah uang yang dibelanjakan pelanggan terhadap suatu produk yang ingin dibeli, Rivai & Wahyudi (2017). Persepsi harga ialah suatu penilaian harga yang diterima konsumen dan perbandingan Tingkat dedikasi konsumen dalam hal uang dengan apa yang didapatkan kepada konsumen atas produk atau jasa yang ditawarkan, Sofyan et al., (2022). Penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa persepsi harga memiliki dampak yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, Dzulkharnain (2020).

Kepuasan, menurut Lovelock dan Wirtz, yang dikutip oleh Fandy Tjiptono (2016) dalam Ardiansyah & Wahyono (2021), adalah sikap yang diputuskan setelah mengalami pengalaman tertentu. Sangat dibutuhkan penelitian untuk membuktikan bahwa harapan sebelumnya adalah komponen penting dari kepuasan pelanggan.

Menurut Tjiptono (2015) dalam Ardiansyah & Wahyono (2021), kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya. Dalam memenuhi kepuasan pelanggan, perusahaan juga berupaya dalam menugaskan karyawan untuk menjaga dan mengatur hubungan yang baik dalam mengambil beberapa tindakan yang diperlukan agar sesuai dengan harapan pelanggan. Dari keterangan di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja. Jika kinerja yang diterima atau diharapkan melampaui harapan, pelanggan akan puas. Sebaliknya, jika kinerja yang diterima kurang dari yang diharapkan, pelanggan pasti tidak akan puas dengan produk atau jasa yang mereka terima.

Berdasarkan dari latar belakang masalah yang telah dipaparkan diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berhubungan dengan *customer service*, yang menyangkut tentang variabel kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan, maka penulis mengambil judul penelitian **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Tirta Rohalli Widyatama”**.

1.2 Perumusan Masalah

Dengan mengacu latar belakang masalah diatas, perumusan masalah yang diambil di dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT Tirta Rohalli Widyatama di Surabaya ?
2. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT Tirta Rohalli Widyatama di Surabaya ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian adalah

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di PT Tirta Rohalli Widyatama di Surabaya ?
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan di PT Tirta Rohalli Widyatama di Surabaya ?

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada berbagai pihak yang berkepentingan, yakni :

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini ditulis untuk memperluas wawasan dan pengetahuan peneliti dalam bidang pemasaran dan juga penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan ilmu pengetahuan dan sumber informasi bagi ilmu pengetahuan yang akan datang khususnya penelitian yang berkaitan

tentang kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan di Perusahaan.

2. Bagi Perusahaan Atau Lembaga

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi perusahaan dalam melakukan pengembangan khususnya pada perusahaan PT Tirta Rohalli Widyatama agar dimasa yang akan datang perusahaan dapat berkembang dan mampu bersaing dengan perusahaan atau lembaga lain.

3. Bagi akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan berguna untuk penelitian selanjutnya, dan menjadi tambahan buku referensi perpustakaan Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur serta sebagai pertimbangan dan masukkan dalam menyempurnakan penelitian-penelitian selanjutnya.