

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era sekarang persaingan perusahaan untuk bertahan dalam suatu lingkungan bisnis cukup tinggi. Agar dapat bersaing dengan perusahaan lain, maka perusahaan harus memiliki tim *marketing* yang dapat memperhatikan layanan penjualan mereka dan bagaimana mereka memperlakukan pembeli pada setiap penjualan. Karena pembeli yang merasa puas atas pelayanan yang telah diberikan akan memberikan dampak positif bagi perusahaan bukan hanya keuntungan bahwa produk mereka terjual tetapi juga kepuasan dan pembelian dari pembeli. Dengan melakukan analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pada suatu penjualan, maka perusahaan diharapkan dapat mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan suatu pembeli terhadap penjualan yang telah mereka lakukan sehingga terpenuhinya target dari perusahaan, dimana faktor dari kualitas pelayanan terhadap pembeli tersebut dapat digunakan sebagai acuan perencanaan masa depan perusahaan. Kepuasan dalam proses pelayanan penjualan yang dirasakan pembeli nantinya dapat menumbuhkan pembelian pembeli, yang akan memberikan kontribusi yang maksimal untuk perusahaan.

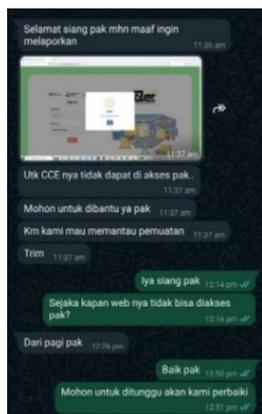
Pelayanan penjualan yang diberikan memiliki dampak besar terhadap proses penjualan dan kepuasan pelanggan. Jika pelayanan bersifat baik, dapat terjadi peningkatan kepuasan pelanggan karena mereka merasa dihargai, mendapatkan bantuan yang efisien, dan merasakan kepedulian dari pihak penjual. Kepuasan ini dapat membawa keputusan pembelian ulang pelanggan dan

rekomendasi kepada orang lain dari mulut ke mulut. Di sisi lain, pelayanan yang buruk dapat menyebabkan pelanggan meninggalkan transaksi dengan perasaan kecewa dan berpotensi menciptakan respon yang negatif dan merugikan reputasi perusahaan walaupun barang yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut bersifat baik.

PT. Petrokimia Gresik merupakan perusahaan BUMN di bidang penyedia pupuk dan bahan kimia yang memproduksi beranekaragam pupuk dan bahan baku kimia untuk pemenuhan ketersediaan pupuk di Indonesia dan kebutuhan para petani lokal. Diantaranya ada pupuk urea, ZK, ZA, NPK, NPS, Kaptan, Petrocas, dll serta beberapa kebutuhan untuk bahan baku pembuatan pupuk seperti ammonia, rock phosphate, gypsum, ALF3 ada juga petrofish sebagai pakan untuk ikan dan juga petroseed sebagai pakan untuk hewan ternak. PT. Petrokimia Gresik memiliki target penjualan yang besar sehingga pada bagian *marketing* sangat dituntut untuk dapat menjual produk yang mereka miliki kepada *customer* dengan target target yang telah ditentukan oleh perusahaan oleh karena itu karyawan pada bidang *marketing* sangat dituntut untuk cekatan dan harus mengerti pangsa pasar yang akan mereka masuki sesuai dengan kebutuhan dari *customer* itu sendiri

Menurut hasil survei yang telah dilakukan pada karyawan *marketing* PT Petrokimia Gresik menjelaskan bahwa banyak sekali konsumen yang harus dilayanin di setiap harinya karena tingginya permintaan bagi produk Kaptan dan Petrocas baik itu berupa pelayanan Via Telephone maupun Via *Chat* sehingga karyawan merasa kurang dalam melakukan proses pelayanan penjualan terhadap pelanggan sehingga nantinya dikhawatirkan akan mempengaruhi kepuasan dan pembelian kembali pelanggan terhadap produk tersebut. Dalam survei yang telah

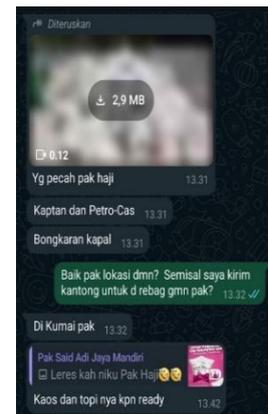
dilakukan peneliti, sebagaimana karyawan di PT. Petrokimia Gresik menjelaskan bahwa terdapat beberapa pelanggan yang sering melakukan proses penyampaian terhadap beberapa keluhan, tetapi keluhan tersebut terkadang tidak dapat langsung ditindak oleh tim. Beberapa contoh permasalahan yang kurang memenuhi strandart adalah (1) web WMS tidak dapat di akses oleh pelanggan dikarenakan sedang terjadi error pada system, (2) Kesalahan dalam pembuatan dokumen jual beli (3) Terjadi permasalahan terhadap pupuk bongkaran kapal tetapi tidak dapat langsung ditindak oleh tim dilapangan (4) pelanggan meminta jaminan kepastian terhadap proses pengambilan barang (5) Pelanggan memiliki keluhan yang tengah dihadapi mengenai masalah pembelian.



Gambar 1. 1 Keluhan Pelanggan Aspek *Tangible*



Gambar 1. 2 Keluhan Pelanggan Aspek *Reliable*



Gambar 1. 3 Keluhan Pelanggan Aspek *Responsiveness*



Gambar 1. 4 Keluhan Pelanggan Aspek *Assurance*



Gambar 1. 5 Keluhan Pelanggan Aspek *Emphathy*

Tabel 1. 1 Kerangka Penelitian

No	Variable	Indikator	Jumlah Keluhan	Total Keluhan
1	<i>Tangible</i>	Fasilitas Permesinan, Kantor, dan Penunjang Pelayanan	4	11
		Kemudahan Penggunaan Alat Bantu Web Dalam Proses Pelayanan	5	
2	<i>Reability</i>	Pengetahuan PIC Terhadap Produk Yang Akan Dijual	4	9
		Ketelitian dan Kecermatan Dalam Proses Pelayanan Pelanggan	5	
3	<i>Responsiveness</i>	Menjelaskan Proses Pelayanan Yang Akan Dilakukan	2	4
		Kemampuan Dalam Memberikan Solusi Yang Baik Dan Tepat Terhadap Permasalahan Yang Ada	2	
4	<i>Assurance</i>	Memberikan Jaminan Kepastian Dalam Pelayanan	5	7
		Kemudahan Pelayanan Dalam Proses Pembayaran Barang	2	
5	<i>Empathy</i>	Melayani Pelayanan Pelanggan Dengan Ramah	1	3
		Memberikan Masukan Atau Pengertian Tentang Masalah Yang Dihadapi Pelanggan	3	

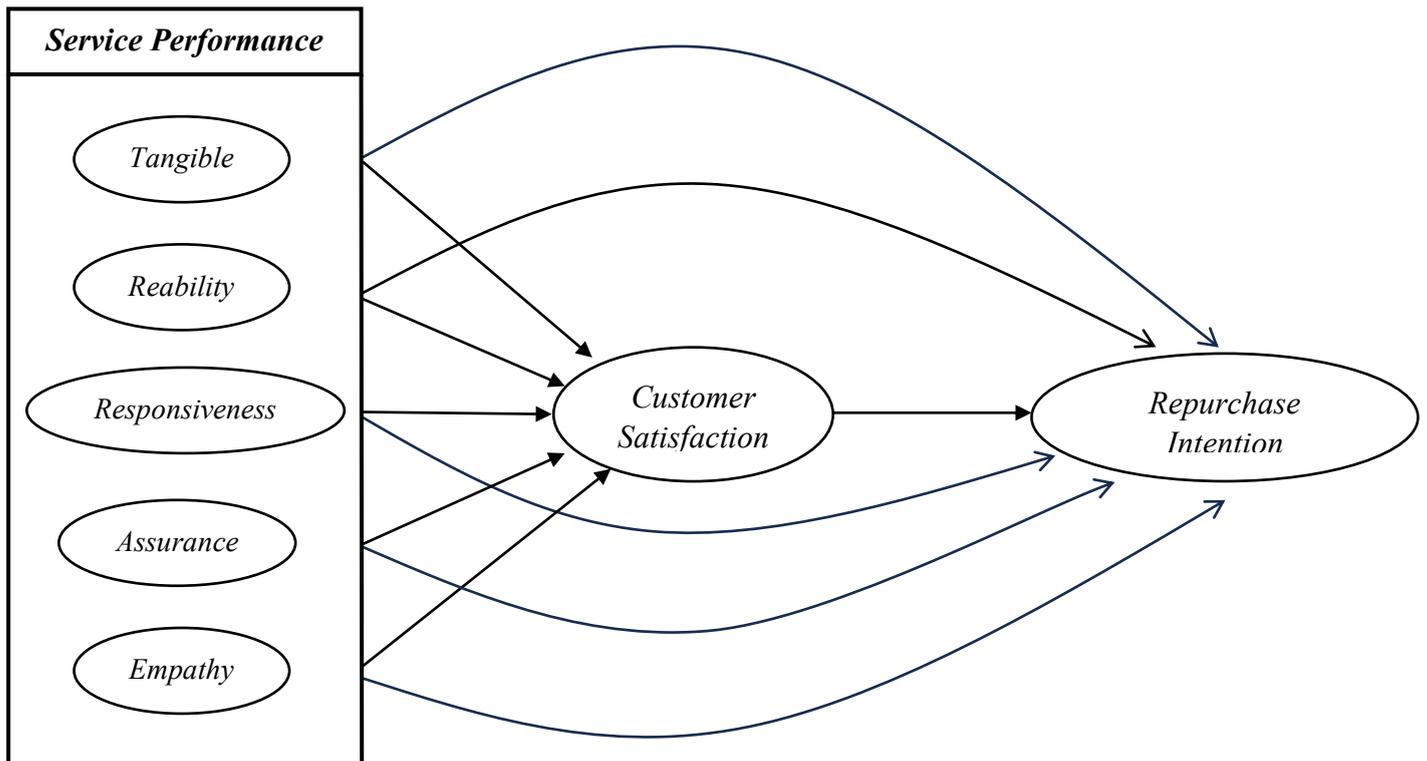
Dengan permasalahan dan uraian tersebut maka dilakukan penelitian dengan menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan menggunakan instrument SERVPERF untuk menganalisis keterkaitan antar beberapa faktor yakni hubungan antara kepuasan pelanggan, dan pembelian kembali pelanggan untuk menciptakan suatu kualitas pelayanan penjualan yang baik. Apabila dari faktor tersebut dirasa tidak puas maka pengaruhnya akan berdampak terhadap kepuasan pelanggan serta keputusan pembelian kembali dari

pelanggan dikemudian hari sehingga menyebabkan penjualan dan target perusahaan akan sulit untuk dipenuhi. Jika pembeli merasa puas maka pembeli akan merasa senang atas pelayanan yang telah diberikan serta bukan tidak mungkin akan menimbulkan suatu keputusan beli ulang dari pembeli sehingga nantinya akan menguntungkan perusahaan. Metode ini dipilih karena dapat menjelaskan hubungan antar variabel-variabel melalui indikator-indikatornya. Variabel *variable* terkait performansi kualitas beberapa diantaranya merupakan *Tangible* (Layanan fisik) yang diantaranya merupakan kemudahan dalam proses pelayanan produk Kaptan dan Petrocas pada PT Petrokimia Gresik serta penggunaan alat bantu dalam proses pelayanan penjualan salah satunya adalah sistem *Warehouse Management System* dikarenakan terdapat beberapa laporan mengenai kurangnya kemudahan penggunaan alat bantu pada penjualan Kaptan dan Petrocas yang mengakibatkan *customer* menjadi kesulitan. Sedangkan untuk *Reability* (Kehandalan) meliputi seperti pelayanan yang jelas sesuai dengan SOP yang berlaku serta ketelitian dalam proses pelayanan pelanggan, beberapa kali terdapat laporan pelanggan yang menyebutkan bahwa ketidak telitian manusia atau *human error* yang akhirnya mengakibatkan *customer* menjadi kesulitan dalam melakukan proses pembelian Kaptan dan Petrocas. *Responsiveness* (Daya Tanggap) dengan melakukan proses pelayanan dengan cepat dan seluruh komplain pelanggan direspon dengan baik, kurangnya daya tanggap serta respon yang cepat juga menjadi salah satu permasalahan yang lumrah dihadapi oleh pelanggan dikarenakan tim tidak selalu berada dalam kondisi *online* atau *standby* dengan handphone mereka. *Assurance* (Jaminan dan Kepastian) yaitu memberikan jaminan kepastian terhadap pelayanan dan memberikan keyakinan kepada konsumen mengenai produk yang ditawarkan,

terkadang jaminan tersebut kurang dirasakan oleh pelanggan oleh karena itu pelanggan merasa tidak merasa aman apabila ingin melakukan proses pembelian ulang. *Empathy* (Empati) seperti memberikan pelayanan dengan penuh keramahan serta melayani dengan tidak membedakan *customer*, apabila dalam keadaan proses penjualan di hadapkan dengan banyaknya proses transaksi yang dilakukan oleh tim terkadang membuat mereka menjadi kehilangan aspek terpenting dalam melayani pelanggan yaitu rasa empati dan memperhatikan pelanggan secara penuh. Adapun alasan dari pemilihan penggunaan model SEM AMOS didasari pada sampel populasi yang dibutuhkan jauh lebih banyak sehingga nantinya akan lebih mewakili dari setiap populasi yang diambil serta *Goodness of Fit* (GOF) yang komprehensif mencakup berbagai ukuran dibandingkan dengan SEM-PLS, yang hanya mencakup *Chi-square*, *Significancy Probability*, RMSEA, GFI, AGFI, CMIN/DF, TLI, dan CFI, maka GOF juga melibatkan ukuran tambahan seperti RMR, *Baseline Comparisons*, *Parsimony-Adjusted Measures*, NCP, FMIN, AIC, ECVI, dan HOELTER. GOF yang lengkap memfasilitasi identifikasi kegagalan model, sehingga model yang telah dimodifikasi dapat mencapai kualitas yang lebih baik.

Penerapan *Structural Equation Modeling* (SEM) di PT. Petrokimia Gresik diharapkan dapat menyelesaikan masalah terkait kualitas layanan yang secara langsung memengaruhi kepuasan dan keputusan pembelian ulang pelanggan. Dengan mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan dan pembelian ulang pelanggan melalui SEM, perusahaan berharap dapat mengelola dan memperbaiki aspek-aspek tersebut untuk meningkatkan pelayanan kepada pelanggan di masa mendatang, serta memperoleh manfaat bagi Perusahaan.

Penelitian ini sendiri memberikan karakteristik nya tersendiri karena mengidentifikasi berdasarkan hubungan *Business to Business* dengan 100 responden yang berasal dari perusahaan pelanggan PT. Petrokimia Gresik. Dalam penelitian ini peneliti merujuk pada Eri Sadewo dan Farli (2021) mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Klinik Hewan dan Afrima dan Willy mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Niat Pembelian Ulang Pada Konsumen Hypermart (2022) yang mana *variable* bentukan itu menjadi *variable* bebasnya. Sehingga menghasilkan kerangka penelitian pada Gambar 1.4 sehingga peneliti menggunakan 5 *variable* yakni *Tangible, Reability, Responsiveness, Assurance,* dan *Emphaty* sebagai *variable* bebas / eksogen. Berdasarkan penelitian terdahulu tersebut yang meneliti pengaruh tersebut berdasarkan hubungan dari B to C atau *Business to Customer* sehingga penelitian ini memberikan suatu kebaruan dengan pengaruh hubungan berdasarkan B to B atau *Business to Business*.



Sumber : Diolah peneliti

Gambar 1. 1 Kerangka Penelitian

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka dapat dirumuskan sebuah permasalahan pada penelitian ini yaitu:

1. Apakah *Tangible*, *Reability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan?
2. Apakah *Tangible*, *Reability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy* berpengaruh signifikan terhadap pembelian ulang?
3. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap pembelian ulang pelanggan?

1.3 Batasan Masalah

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

1. Penelitian dilakukan dengan menggunakan Metode SERVPERF dengan terdiri dari *tangible*, *reability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* menggunakan pendekatan *Structural Equation Modeling*
2. Penelitian berfokus pada penjualan kaptan dan petrocas kemasan 50kg
3. Penelitian dilakukan pada pelanggan Kaptan dan Petrocas di PT. Petrokimia Gresik.
4. Pengambilan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuisisioner secara online menggunakan Google Formulir kepada pelanggan Pupuk Kaptan dan Petrocas pada PT. Petrokimia Gresik.

1.4 Asumsi Penelitian

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

1. Responden diharapkan dalam keadaan sehat tidak dipengaruhi oleh pihak lain sehingga pengisian kuisisioner dilakukan dengan objektif sesuai dengan keadaan yang ada.
2. Tidak terjadi perubahan kebijakan yang diterapkan perusahaan selama penelitian berlangsung.
3. Data yang diperoleh dari kuisisioner diharapkan sebagai gambaran kesan langsung pelanggan Pupuk Kaptan dan Petrocas PT. Petrokimia Gresik

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian dalam penyusunan tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Tangible*, *Reability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

2. Untuk mengetahui pengaruh *Tangible, Reability, Responsiveness, Assurance, Empathy* berpengaruh signifikan terhadap pembelian ulang.
3. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap pembelian ulang pelanggan.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Diharapkan agar dapat dipergunakan sebagai pertimbangan dalam kebijaksanaan perusahaan terutama dalam bidang penjualan guna memberikan pelayanan kepada pelanggan dan diharapkan dapat menjadi masukan dan bahan pertimbangan bagi PT. Petrokimia Gresik dalam meningkatkan kualitas pelayanan.

2. Bagi Penulis

Untuk menambah wawasan mengenai pentingnya kualitas pelayanan penjualan suatu perusahaan sebagai modal pengetahuan penulis untuk terjun ke dunia pekerjaan.

1.7 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisikan tentang latar belakang penelitian, perumusan masalah penelitian, batasan-batasan masalah dalam penelitian, asumsi-asumsi yang digunakan, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan yang digunakan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini berisikan tentang teori – teori dasar yang berkaitan dengan kepuasan kerja, yang dilengkapi dengan metode – metode yang digunakan untuk melakukan langkah – langkah penelitian, sehingga permasalahan yang ada dapat dipecahkan.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisikan tentang langkah – langkah pemecahan masalah secara sistematis, mulai dari perumusan masalah dan tujuan yang ingin dicapai, studi pustaka, pengumpulan data dan metode analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan tentang uraian langkah – langkah pengumpulan data, pengolahan data dan analisa data yang telah dikumpulkan, dan hasilnya diharapkan bisa dijadikan pertimbangan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisikan tentang kesimpulan yang didapat dari penelitian dan saran penelitian yang ditujukan kepada subjek untuk memberikan rekomendasi perbaikan berdasarkan penelitian yang dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA**LAMPIRAN**