

BAB I

PENDAHULUAN

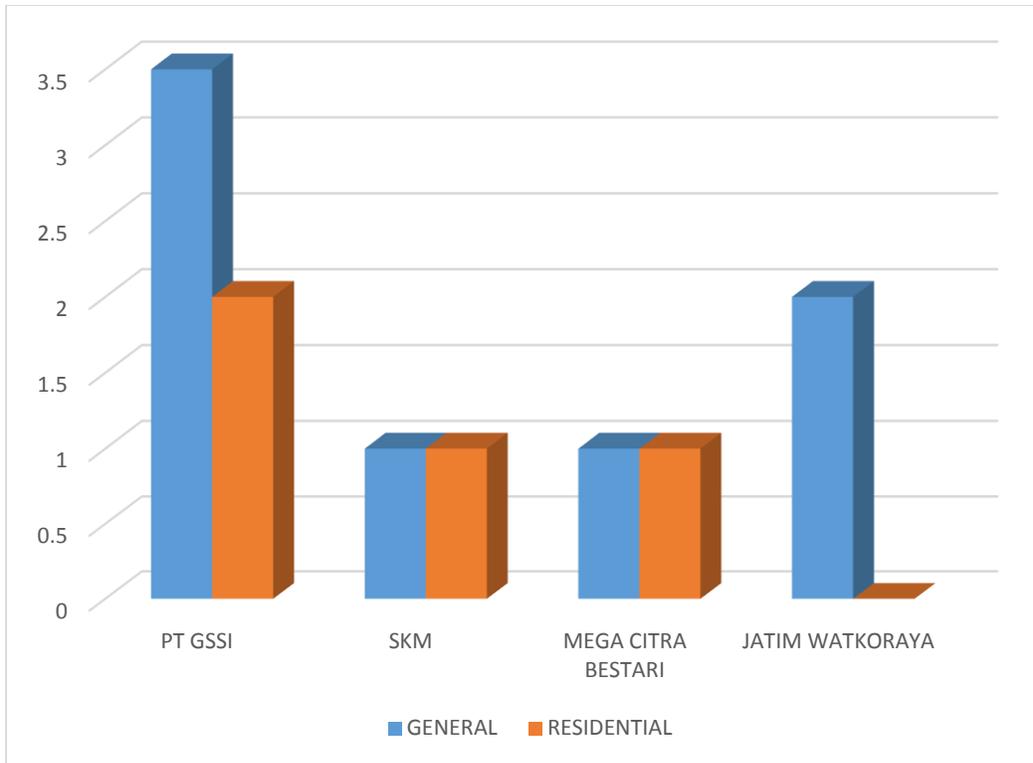
A. Latar belakang masalah

Sekarang ini masyarakat baik para pekerja instalasi listrik rumah maupun para kontraktor gedung maupun panel proyek industri banyak mencari tempat berbelanja kebutuhan listrik. Untuk hal itu, orang mencari tempat berbelanja kebutuhan panel listrik yang relatif lengkap di pasaran dan ketersediaan stok selalu ada. Faktor kenyamanan dan harga sangat mereka perhatikan. Saat ini ekonomi di Indonesia mengalami pertumbuhan dan perkembangan, salah satunya sektor ritel menunjukkan perkembangan yang signifikan serta memberi kontribusi positif dalam pemulihan perekonomian negara, seperti pembangunan jalan tol, instalasi rumah maupun perumahan, industri dan pembangunan gedung.

Listrik merupakan salah satu energi yang sangat penting bagi kehidupan umat manusia dan tidak dapat dipisahkan atau kebutuhan ke dua setelah makan. Hal ini disebabkan karena hampir sebagian kebutuhan manusia yang berupa peralatan menggunakan listrik sebagai energinya. Sebut saja kipas angin, TV, charger, mesin cuci, dan bahkan kebutuhan lainnya yang berhubungan dengan elektronik. Secara garis besar, energi listrik bisa diartikan sebagai energi yang berasal dari muatan listrik yang menyebabkan medan listrik statis atau gerakan electron dalam konduktor atau ion dalam zat c air atau gas.

Listrik sudah menjadi kebutuhan primer masyarakat dunia saat ini. Hal ini karena hampir seluruh kegiatan yang dilakukan olehnya ditunjang oleh listrik. Tidak hanya listrik, bahkan kini peralatan listrik juga menjadi salah satu bisnis yang cukup menggiurkan.

PT GSSI (*general supply & services Indonesia*) merupakan salah satu distributor di Jawa Timur yang memegang produk *Schneider low voltage* di dalamnya mengikuti penjualan induk dari listrik MCB, MCCB, Kontaktor dan asesoris alat listrik (stop kontak dan saklar) yang nanti di pasarkan ke toko ritel, *stokcis* dan proyek. PT GSSI memiliki sistem pemasaran terdiri dari dua yaitu penjualan terhadap retail dan proyek, pemasaran terhadap retail itu meliputi penjualan terhadap toko-toko listrik di area Surabaya sedangkan untuk proyek sendiri meliputi proyek industri pembangunan dan *panel building*. Untuk saat ini PT GSSI bergerak di bidang ritel yang menjadi persaingan antar distributor di Jawa Timur tepatnya di Kota Surabaya. Adapun distributor besar yang bergerak di bidang tersebut antaranya, PT GSSI (General Supply & Services Indonesia), SKM (Samudra Karya Mulia), MCB (Mega Citra Bestari), dan JATIM WATKORAYA. Dari ke empat distributor tersebut semuanya menjual produk yang sama yaitu *Schneider* berikut merupakan hasil dari penjualan masing - masing distributor.



Gambar 1.1 Data Penjualan

Sumber: *Head office Schneider Surabaya*

Dari diagram di atas merupakan data perbulan dari masing - masing distributor ketika adanya promo shop gathering maka distributor melakukan *sell in* sebesar 90% dari total order toko ke distributor.

Aktifitas pemasaran yang dilakukan distributor meliputi sistem order kepada principal yang menjalankan sistem *supply chain management* yaitu pengintegrasian aktivitas pengadaan bahan dan pelayanan, pengubahan menjadi barang setengah jadi dan produk akhir, serta pengiriman ke pelanggan. Tujuannya adalah untuk membangun sebuah rantai pemasok yang memusatkan perhatian untuk memaksimalkan nilai bagi pelanggan. Kunci bagi manajemen rantai pasokan yang efektif adalah menjadikan para pemasok sebagai “mitra / distributor” dalam strategi perusahaan untuk memenuhi pasar yang selalu berubah (Heizer and Render, 2010:4)

Banyak sekali cara – cara yang dapat digunakan untuk mendistribusikan barang dan jasa pada pembeli. Sebuah perusahaan mungkin di distribusikan barangnya secara langsung kepada konsumen jumlahnya cukup besar, sedangkan perusahaan lain mendistribusikan produknya dengan mempergunakan jasa perantara (Firmansyah, M. A; Fatihudin, D, 2017:178)

Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Kotler dan Armstrong (2011:439) Menjalankan sebuah bisnis jual - beli tidak akan terlepas dari permasalahan harga. Harga memegang peranan penting dalam terjadinya kesepakatan jual-beli dari produsen ke tangan konsumen. Melalui penetapan harga, akan terlihat posisi kelayakan produk dari nilai ekonomisnya. Karena permasalahan ini, perusahaan biasanya mengadakan penetapan harga yang disepakati sebelum barang beredar di pasaran. Hal tersebut diperkuat oleh penelitian menurut Machfoedz 2010, tujuan dari penetapan suatu harga untuk mencapai target perusahaan, mendapatkan laba dari penjualan, meningkatkan serta mengembangkan produksi produk, serta meluaskan target pemasaran.

Kualitas layanan definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Menurut Kotler (2002:83) Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri. Kotler juga mengatakan bahwa perilaku tersebut dapat terjadi pada saat, sebelum dan sesudah terjadinya transaksi. Hal tersebut diperkuat oleh penelitian (Tjiptono, 2010). Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen.

Kepuasan Konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan (Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller 2007:177). Hal tersebut di perkuat oleh penelitian Supranto dalam jurnal Susanti (2012), kepuasan konsumen merupakan label yang digunakan oleh konsumen untuk meringkas suatu himpunan aksi atau tindakan yang terlihat, terkait dengan produk atau jasa. Sedangkan menurut jurnal Bachtiar (2011), kepuasan konsumen merupakan perasaan positif konsumen yang berhubungan dengan produk / jasa selama menggunakan atau setelah menggunakan jasa atau produk.

Distributor akan mendapat sebuah program dari principal untuk belanja yang nantinya akan diajalkan oleh para distributor untuk menjual produk dan mengatur kapan dia akan menjual barang serta kapan menahan barang, supaya mendapatkan program lagi karena disinilah para distributor akan mengolah otak bagaimana cara mereka mengatur antara penjualan dan pelayanan. Keseluruhan aktivitas bisnis yang menyangkut penjualan barang atau jasa, atau barang dan jasa, yang dilakukan oleh perusahaan atau institusi bisnis secara langsung kepada konsumen akhir yang digunakan untuk keperluan pribadi, keluarga, atau rumah tangganya, dengan volume penjualan terutama atau lebih dari 50% dari konsumen akhir ini dan sebagian kecil dari pasar bisnis (Tri Joko Utomo, 2009). Bisnis proyek penjualan pengembangan dari ritel dalam bentuk meningkatkan margin perusahaan dan sudah terikat di awal kontrak pembangunan suatu bidang usaha.

Permasalahan yang terjadi semakin hari persaingan dalam dunia bisnis kian ketat terutama di bidang pelayanan, hal ini terkadang perusahaan yang bergerak sebagai distributor resmi suatu produk pelayanan kurang memperhatikan kepuasan pelanggannya. Sebuah perusahaan yang bergerak pada bidang distributor harus mengutamakan nilai kepuasan pelanggannya terhadap jasa

pelayanan yang telah mereka berikan. Kepuasan pelanggan sangat berpengaruh terhadap kemajuan perusahaan itu sendiri. Karena apabila ada satu saja pelanggan yang tidak merasa tidak terpuaskan maka dapat mempengaruhi calon pelanggan lainnya, oleh karena itu perusahaan yang bergerak pada bidang layanan membutuhkan strategi bisnis bagaimana mengatur *sale out*, *sale in* dan stok produk supaya bisa jual di lapangan. Berdasarkan latar belakang dan permasalahan diatas maka dari itu peneliti tertarik untuk meneliti dengan judul **“Pengaruh Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Distributor Produk Schneider”**

B. Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah harga dan kualitas layanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada PT GSSI?
2. Manakah harga dan kualitas layanan yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen PT GSSI?

C. Tujuan penelitian

Dari rumusan masalah, maka ditetapkan tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk menguji dan menganalisis harga dan kualitas layanan yang berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada PT GSSI.
2. Untuk menguji dan menganalisis antara harga dan kualitas layanan yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen PT GSSI.

D. Manfaat Penelitian

Diharapkan hasil penelitian ini bermanfaat bagi :

1. Universitas Muhammadiyah

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan penelitian lebih lanjut guna untuk menambah wawasan dan pengetahuan tentang pengaruh harga dan kualitas layan terhadap kepuasan konsumen pada distributor di PT General Supply & Services Indonesia.

2. Perusahaan

Hasil penelitian diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan menambah wawasan dan pengetahuan tentang pengaruh harga dan kualitas layan terhadap kepuasan konsumen pada distributor di PT General Supply & Services Indonesia.

3. Bagi Penulis

Penulis diharapkan dapat mengetahui dan memahami serta membandingkan pengetahuan teoritis yang dipelajari selama mengikuti perkuliahan dengan kenyataan praktis dilapangan. Pengalaman tersebut sekaligus sebagai bekal penulis dalam meneliti dan menyimak peluang usaha di masa yang akan datang.

E. Sistematika Penulisan Proposal Skripsi

Untuk memudahkan dalam pembacaan, secara umum penelitian ini akan dibuat dalam 3 bab, yang terdiri dari:

BAB I : Pendahuluan

Berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan sistematika penelitian.

BAB II: Tinjauan Pustaka

Berisi tentang teori-teori yang mendukung penelitian, yang meliputi: Landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka konseptual, dan hipotesis.

BAB III: Metode Penelitian

Berisi tentang pendekatan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional variabel, teknik pengumpulan data, populasi dan sampel, teknik pengolahan data dan analisis data.

