

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Persaingan industri yang semakin ketat mengakibatkan setiap industri harus dapat bersaing untuk menjadi yang terbaik diantara yang lainnya agar perusahaan dapat tumbuh berkembang dan tidak mengalami ketertinggalan dalam persaingan. Agar dapat menjadi yang terbaik, tentunya perusahaan harus memperhatikan kualitas produk dan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Dalam bidang industri menggunakan keterampilan dan ketekunan dalam bekerja, penggunaan alat-alat atau pun mesin di bidang pengolahan hasil bumi sangatlah penting, serta melakukan distribusi sebagai dasarnya. Maka dari itu industri dikenal sebagai proses pengolahan selanjutnya dari usaha-usaha mencukupi kebutuhan (ekonomi) yang berhubungan dengan kekayaan bumi sebagai bahan mentah yang akan diolah sedemikian rupa untuk dipasarkan agar mendapatkan keuntungan yang maksimal. Banyak orang beranggapan bahwa industri hanyalah kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh manusia untuk mengolah bahan baku bahan mentah menjadi barang setengah jadi atau bahan jadi. Namun industri memiliki arti yang luas, dimana proses industri ini meliputi semua kegiatan yang dilakukan oleh manusia dalam suatu bidang tertentu yang sifatnya produktif dan komersial.

PT. Andalan Furnindo didirikan pada tahun 2013, merupakan salah satu dari 11 perusahaan gula rafinasi. PT Andalan Furnindo perusahaan gula rafinasi dengan status Penanaman Modal Asing (PMA) berlokasi di Kawasan Pergudangan Marunda Center, Blok M1 Marunda Makmur, Bekasi Indonesia. Berikut daftar perusahaan gula rafinasi :

Tabel 1.1 Daftar Perusahaan Gula Rafinasi

No	Nama Perusahaan	Pemilik	Lokasi	Kapasitas Produksi/hari (MT)
1	PT Permata Dunia Sukses Utama	Edy Kusuma (Teluk Intan Group)	Cilegon	1,800
2	PT Makassar Tene	Edy Kusuma (Teluk Intan Group)	Makassar	1,800
3	PT Berkah Manis Makmur	Edy Kusuma (Teluk Intan Group)	Serang	2,000
4	PT Sentra Usahatama Jaya	Kurniadi (Bank Index Group)	Cilegon	2,000
5	PT Andalan Furnindo	Kurniadi (Bank Index Group)	Marunda	2,000
6	PT Medan Sugar Industri	Kurniadi (Bank Index Group)	Medan	1,500
7	PT Jawamanis Rafimasi	Martua Sitoris (Willimar Group)	Cilegon	2,000
8	PT Duta Sugar Internasional	Martua Sitoris (Willimar Group)	Cilegon	2,000
9	PT Angels Product	Tommy Winata	Serang	1,000
10	PT Sugar Labinta	Ali Sanjaya	Lampung	2,000
11	PT Dharmapala Usaha Sukses	Olam Grup Singapura	Cilacap	700

Sumber : Validnews.co

Dengan adanya data tersebut dapat diketahui jumlah perusahaan gula rafinasi yang ada di daerah Jawa Barat cukup banyak, dimana akan terjadi persaingan ketat antara perusahaan untuk menjadi pemasok terbanyak kepada industri makanan yang ada di pulau Jawa maupun yang ada di luar pulau Jawa. Karyawan adalah aset atau kekayaan utama bagi setiap organisasi maupun perusahaan. Mereka adalah perencana, pelaksana dan pengendali yang selalu berperan aktif dalam mewujudkan tujuan perusahaan. Karena karyawan menjadi pelaku yang menunjang tercapainya tujuan, mempunyai pikiran, perasaan serta keinginan yang dapat ditunjukkan, akan memperlihatkan motivasi, prestasi, kepuasan kerja serta rasa cintanya terhadap pekerjaan yang dibebankan kepadanya.

Dalam suatu perusahaan divisi pemasaran merupakan salah satu divisi terpenting bagi perusahaan untuk kelangsungan hidup perusahaan dan untuk memudahkan perusahaan dalam memaksimalkan laba usaha yang didapat, sehingga membutuhkan karyawan yang kompeten dalam manajemen pemasaran atau memenuhi persyaratan yang ditentukan oleh perusahaan. Maka dari itu setiap perusahaan harus dapat mendayagunakan semua aktivitas yang bersangkutan dengan pemasaran dan pemanfaatan seluruh sumber daya yang dimiliki perusahaan untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan pelanggan dan untuk menarik pelanggan potensial. Pemasaran digunakan untuk menciptakan pelanggan, menjaga pelanggan yang ada dan memberikan kepuasan pelanggan sehingga perusahaan berhasil mencapai tujuannya untuk mendapat keuntungan. Selain untuk meningkatkan laba usaha, memuaskan kebutuhan pelanggan dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Fungsi pemasaran dewasa ini bukan hanya untuk memasarkan suatu produk atau jasa yang dihasilkan oleh sebuah usaha, tetapi juga harus memastikan bahwa barang atau jasa yang dijual dapat tersampaikan kepada pelanggan dengan baik, seperti fungsi untuk mengetahui informasi pasar, menentukan proses pendistribusian dan penyimpanan produk. Sehingga akan membutuhkan partisipasi dari Divisi yang berhubungan dengan fungsi-fungsi tersebut. Fungsi pemasaran bukanlah fungsi yang dapat dilaksanakan sendiri, tetapi fungsi yang berkaitan dengan fungsi lain (*cross-function*).

Terjadinya kontak langsung dengan konsumen sangatlah minim dalam industri manufaktur karena aktivitas industri tersebut lebih banyak dilakukan dalam suatu pabrik, tetapi informasi akurat, cepat dan tepat yang diberikan oleh karyawan kepada pelanggan akan mempengaruhi dalam terciptanya kepuasan pelayanan dari suatu perusahaan. Kurangnya koordinasi internal antara Manajer, *Supervisor*, Staff, Admin dan Operator dalam hal perencanaan, pelaksanaan, pengorganisasian, monitoring dan evaluasi akan mempengaruhi terhadap pemberian layanan atau informasi yang dibutuhkan pelanggan sehingga berpengaruh terhadap kepuasan yang didapatkan oleh pelanggan. Karyawan yang tidak memberikan informasi yang akurat, cepat

dan tepat kepada pelanggan akan sangat berpengaruh pada opini yang diberikan pelanggan yang akan berdampak pada kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan tidak akan tercipta tanpa adanya penerapan *Internal Marketing* dalam suatu perusahaan karena *internal marketing* merupakan perlakuan kepada karyawan yang dianggap sebagai konsumen perusahaan dimana perlakuan tersebut yaitu pemenuhan hak karyawan seperti mendapatkan pelatihan yang berorientasi terhadap pelayanan, penghargaan atau bonus yang akan menjadi motivasi kerja karyawan akan berpengaruh pada kinerja yang diberikan oleh karyawan dalam melakukan pelayanan, mensosialisasikan visi dan misi perusahaan untuk memberikan kepuasan pelanggan kepada karyawan sehingga karyawan paham dan mengerti tujuan perusahaan. Oleh sebab itu *Internal Marketing* perlu diperhatikan sebelum melakukan aktivitas *eksternal marketing* agar karyawan merasa puas dengan perhatian perusahaan.

Dari sekian banyak masalah yang ada, kepuasan kerja karyawan merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan performa kerja, kurangnya kepuasan kerja yang dirasakan oleh karyawan akan mempengaruhi performa atau kinerja karyawan itu sendiri dalam menjalankan tugasnya atau pekerjaannya sehingga seringkali terjadi karyawan menghindari sebagian tanggung jawab mereka dalam pekerjaan atau karyawan melakukan pekerjaan tidak dengan sepenuh hati yang akan menyebabkan kinerja pelayanan akan menurun dan akan timbul sikap-sikap negatif pada diri karyawan dalam melakukan pekerjaannya. Faktor yang menentukan kepuasan ini adalah apa yang diharapkan oleh karyawan dari pekerjaannya dan apa yang mereka terima sebagai penghargaan dari pekerjaannya, dengan kata lain karyawan akan merasa puas jika mereka menerima sesuatu hasil atau penghargaan sesuai dengan harapan yang mereka harapkan. Kepuasan kerja karyawan ditandai dengan terpenuhinya segala kebutuhan yang mendukung pekerjaannya, selain itu biasanya karyawan yang puas cenderung lebih produktif dibandingkan dengan karyawan yang kurang puas. Dengan kata lain, karyawan yang mendapatkan kepuasan akan bekerja secara optimal untuk menghasilkan produk atau jasa

yang berkualitas tinggi, sehingga dapat meningkatkan produktivitas perusahaan dan memuaskan konsumen.

Karyawan yang bekerja memiliki sebuah harapan pada perusahaan tempat mereka bekerja. Apabila harapan karyawan dapat terpenuhi, maka mereka akan memiliki ikatan berupa komitmen organisasional yang kuat dan dapat memberikan kinerja yang optimal dalam melakukan pelayanan kepada pelanggan. Apabila tujuan mereka telah tercapai bukan tidak mungkin mereka akan menjadi loyal kepada perusahaan tempat mereka bekerja. Bentuk dari sikap yang diakibatkan oleh kepuasan dari karyawan terhadap perusahaan akan tercermin dari komitmen mereka akan perusahaan dan juga merupakan keuntungan tersendiri bagi perusahaan karena menghindari tingkat turnover yang tinggi dan akan membuat biaya untuk perekrutan pegawai dapat dikurangi.

PT Andalan Furnindo merupakan perusahaan bagian dari SAMORA Group dimana terdiri dari Perusahaan PT Sentra Usahatama Jaya (Gula Rafinasi), PT Andalan Furnindo (Gula Rafinasi), PT Medan Sugar Industri (Gula Rafinasi), PT Sukses Mantap Sejahtera (Perkebunan Tebu), PT Catur Global Logistik (Logistik). PT Andalan Furnindo memasarkan 100% hasil produksi pada industri makanan dan minuman lokal. Target utama adalah industri yang membutuhkan gula rafinasi untuk bahan proses produksi setiap hari. Berikut daftar Perusahaan yang menjadi pelanggan terbesar PT Andalan Furnindo :

Tabel 1.2 Daftar Pelanggan terbesar PT Andalan Furnindo

No	Nama Perusahaan	Jenis Produksi	Lokasi Pabrik
1	ABC President Indonesia, PT	Makanan dan Minuman	Karawang
2	Coca Cola Amatil Indonesia, PT	Minuman	Cibitung
3	CS2 Pola Sehat, PT	Makanan dan Minuman	Tangerang, Sukabumi
4	Fajar Mataram Sedayu, PT	Makanan	Bandung
5	Frisian Flag Indonesia, PT	Minuman	Jakarta
6	Forisa Nusapersada, PT	Makanan dan Minuman	Cikupa
7	Garudafood Group	Makanan dan Minuman	Sumedang, Gresik



No	Nama Perusahaan	Jenis Produksi	Lokasi Pabrik
8	Heinz ABC Indonesia, PT	Makanan dan Minuman	Karawang, Daan Mogot, Pasuruan
9	Indolakto, PT	Minuman	Jakarta, Sukabumi
10	Intrafood Singabera, PT	Minuman	Solo
11	Lasallefood Indonesia, PT	Makanan dan Minuman	Jakarta
12	Sarihusada Generasi Mahardika, PT	Minuman	Klaten
13	Nestle Indonesia, PT	Minuman	Kejayan
14	Wings Group (Food)	Makanan dan Minuman	Bekasi, Cibitung, Manyar
15	Yakult Indonesia Persada, PT	Minuman	Sukabumi, Mojokerto

Memegang peran sebagai pemasok dalam pasar industri tentunya sangat berpengaruh dan memegang peranan penting terhadap berlangsungnya aktivitas produksi industri makanan dan minuman yang telah menjadi pelanggan PT Andalan Furnindo. Perjanjian penjualan yang dilakukan oleh PT Andalan Furnindo dengan Pelanggan Gula Rafinasi PT Andalan Furnindo dalam *purchase order* (PO) yang terkait dengan jumlah barang yang dipesan, harga barang, alamat pengiriman yang digunakan sebagai acuan untuk pemenuhan permintaan atau jadwal yang diberikan oleh pelanggan Gula Rafinasi PT Andalan Furnindo. Maka PT Andalan Furnindo memiliki komitmen untuk memenuhi permintaan pelanggan agar pelanggan mencapai kepuasan. Kepuasan pelanggan merupakan perasaan emosional pelanggan yang tercipta akibat harapan dan mutu suatu produk dan pelayanan sesuai. Untuk mencapai kepuasan pelanggan bukanlah hal yang mudah karena banyak faktor yang mempengaruhi dalam terciptanya kepuasan pelanggan, terdapat lima faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu, kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga dan kemudahan mendapatkan produk.

Kurangnya ketelitian pengecekan yang dilakukan oleh karyawan dalam proses pemuatan produk yang akan dikirimkan ke pelanggan seringkali terjadi dan mempengaruhi keakuratan kuantitas produk yang akan dikirim ke pelanggan, hal tersebut juga akan berpengaruh pada kurangnya pemenuhan

jadwal dan akan berpengaruh pada kepuasan pelanggan karena produk yang dikirimkan tidak sesuai dengan perencanaan dan jadwal. Keterlambatan dalam pengiriman masih sering terjadi disebabkan oleh beberapa faktor internal maupun eksternal sehingga ketepatan pengiriman produk masih menjadi permasalahan besar yang berpengaruh bagi kepuasan pelanggan. Ketidaksesuaian spesifikasi produk yang dikirimkan pada pelanggan juga menjadi hal yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dan menjadi pertimbangan untuk melakukan pemesanan ulang gula rafinasi PT Andalan Furnindo. Berdasarkan uraian di atas, dalam penelitian ini penulis tertarik untuk mengajukan judul skripsi **“PENGARUH *INTERNAL MARKETING*, KEPUASAN KERJA DAN KOMITMEN ORGANISASIONAL TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN GULA RAFINASI PT ANDALAN FURNINDO”**.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

1. Kurangnya koordinasi *internal marketing* antara *Manager*, *Supervisor*, dan *Staff* dalam hal perencanaan, pelaksanaan, pengorganisasian, monitoring dan evaluasi untuk upaya pemenuhan kebutuhan pelanggan.
2. Kepuasan kerja karyawan belum maksimal sehingga berpengaruh dalam melakukan pelayanannya yang akan berpengaruh pada kepuasan pelanggan.
3. Belum adanya komitmen organisasi yang ditunjukkan oleh pimpinan dan bagian pemasaran dalam melakukan perencanaan, sasaran dan target capaian untuk penjualan produk.
4. Belum meratanya kepuasan pelanggan terkait kualitas produk dan kualitas pelayanan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan PT Andalan Furnindo.
5. Masih kurangnya kuantitas dan kualitas tenaga kerja yang mendukung pada bidang marketing, karena untuk marketing masih tergolong pada SAMORA Group dimana marketing itu sendiri menangani tiga perusahaan jadi belum fokus untuk PT Andalan Furnindo.

### 1.3 Batasan Masalah

Dalam penelitian ini penulis membatasi masalah pada pengaruh hubungan *internal marketing*, kepuasan kerja, dan komitmen perusahaan terhadap kepuasan pelanggan gula rafinasi PT Andalan Furnindo sebagai industri pemasok yang berkomitmen untuk memberikan produk dan pelayanan dengan kualitas yang tinggi untuk menciptakan kepuasan pelanggan.

### 1.4 Rumusan Permasalahan

Penerapan *internal marketing* yang efektif dapat meningkatkan performa perusahaan, dan akan berpengaruh kepada kepuasan kerja karyawan, karena hal tersebut dapat menjadi utama dalam meningkatkan kinerja karyawan untuk menghasilkan pelayanan yang responsif terhadap pelanggan industri yang membutuhkan bahan baku untuk kelangsungan aktivitas produksinya. Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah penelitian yang diajukan peneliti adalah sebagai berikut :

1. Apakah ada pengaruh *Internal Marketing* terhadap kepuasan pelanggan?
2. Apakah ada pengaruh kepuasan kerja terhadap kepuasan pelanggan?
3. Apakah ada pengaruh komitmen organisasional terhadap kepuasan pelanggan?
4. Apa pengaruh dari *internal marketing*, kepuasan kerja dan komitmen organisasional terhadap kepuasan pelanggan PT Andalan Furnindo?

### 1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh *internal marketing* terhadap Kepuasan pelanggan
2. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan kerja terhadap kepuasan pelanggan



3. Untuk mengetahui pengaruh komitmen organisasional terhadap kepuasan pelanggan
4. Untuk mengetahui pengaruh *internal marketing*, kepuasan kerja dan komitmen organisasional terhadap kepuasan pelanggan

## **1.6 Manfaat Penelitian**

### **1.6.1 Manfaat Teoritis**

Manfaat secara teoritis dari penelitian ini adalah :

1. Sebagai wawasan dan pembelajaran mengenai teori dan praktik terkait *internal marketing*, kepuasan kerja, dan komitmen perusahaan dalam perusahaan industri gula rafinasi PT Andalan Furnindo.
2. Hasil penelitian diharapkan dapat memperkaya pembelajaran dan pengaplikasian ilmu pengetahuan di bidang manajemen pemasaran serta sumber daya manusia mengenai konsep *internal marketing* dalam praktik.
3. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan penelitian selanjutnya dan sebagai bahan pertimbangan/masukan bagi perusahaan yang mengalami masalah yang sama.

### **1.6.2 Manfaat Praktis**

Manfaat secara praktis dari penelitian ini adalah :

1. Menjadi tambahan informasi bagi perusahaan dalam mengembangkan dan mengimplementasikan konsep *internal marketing* untuk menciptakan kepuasan kerja karyawan PT Andalan Furnindo yang akan berpengaruh baik untuk perusahaan.
2. Menjadi bahan masukan bagi perusahaan sebagai salah satu bentuk kontribusi penulis dalam bentuk pemikiran/ide untuk pengambilan keputusan terhadap pengelolaan dan permasalahan terkait sumber daya manusia di perusahaan.

## 1.7 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah penulis dan pembaca, maka penulisan dalam penelitian ini menggunakan sistematika sebagai berikut :

**BAB I PENDAHULUAN** : dalam bab ini dijelaskan tentang latar belakang masalah, rumusan permasalahan, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, dan sistematika penulisan penelitian ini.

**BAB II TINJAUAN PUSTAKA** : dalam bab ini membahas tentang landasan teori yang berkaitan dan digunakan dalam tugas akhir ini.

**BAB III METODOLOGI PENELITIAN** : dalam bab ini dijelaskan tentang waktu dan tempat penelitian, langkah dan tahapan pengerjaan tugas akhir dengan ditunjukkan pada diagram alir.

**BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN** : dalam bab ini berisi tentang profil perusahaan yang di teliti, hasil analisis data dan pembahasan hasil penelitian.

**BAB V PENUTUP** : dalam bab terakhir ini berisi kesimpulan dan implikasi manajerial dari penelitian.

