

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Semakin berkembangnya jaman seperti saat sekarang ini khususnya dalam sektor *mining* (pertambangan) batubara di Indonesia, setiap perusahaan dalam menjalankan aktifitasnya baik perusahaan dalam bidang jasa maupun barang mempunyai tujuan yang sama yaitu memperoleh keuntungan. Selain itu, perusahaan juga ingin memberikan kepuasan konsumen atas jasa dan barang yang dihasilkan karena kepuasan konsumen menjadi tolak ukur dari keberhasilan dalam menghasilkan jasa dan barang yang berkualitas dan yang diinginkan oleh konsumen, fenomena ini berpengaruh / berdampak pada loyalitas konsumen.

Untuk mencapai strategi pemasaran yang tepat dan terbaik untuk diterapkan di perusahaan dapat melihat dari faktor kualitas pelayanan. Karena kualitas pelayanan salah satu pokok pertimbangan konsumen dalam melakukan kepuasan pembelian dan dapat mempengaruhi terhadap loyalitas konsumen.

Semakin ketatnya persaingan dalam sektor *mining* (pertambangan) batubara di Indonesia, perusahaan yang mensupply jasa mekanik (vendor) untuk konsumennya berlomba-lomba memperbaiki bisnisnya dalam hal kualitas jasa mekaniknya, perusahaan-perusahaan yang bisa bertahan adalah perusahaan-perusahaan yang tumbuh dan berkembang. Agar perusahaan dapat tumbuh dan berkembang dengan baik, perusahaan tersebut harus dapat mengantisipasi perkembangan ekonomi yang semakin kompetitif dengan melakukan strategi yang tepat agar tidak tersisih dalam persaingan. Selain itu perusahaan juga harus dapat mengantisipasi kecenderungan ekonomi di masa yang akan datang dan harus dapat bersaing dengan perusahaan lain yang bergerak dibidang yang sama. Hal tersebut untuk mempertahankan kelangsungan hidup dan kemajuan perusahaan agar tidak tersisih dalam persaingan.

Kualitas layanan adalah suatu daya tanggap dan realitas dari jasa yang diberikan perusahaan terhadap konsumennya. Kualitas layanan suatu perusahaan haruslah terus dipertahankan dan ditingkatkan karena konsumen mengharapkan mendapat suatu pelayanan yang baik bahkan melebihi yang mereka harapkan sehingga konsumen akan puas terhadap perusahaan jasa tersebut.

Kepuasan konsumen adalah kepuasan mengenai kesenangan atau hasil dari membandingkan penampilan produk yang telah disediakan yang berhubungan dengan harapan konsumen. Seorang konsumen yang puas adalah konsumen yang merasa mendapatkan *value* dari produsen atau penyedia jasa. *Value* ini bisa berasal dari produk, pelayanan, sistem atau sesuatu yang bersifat emosional. *Value* bagi konsumen ini dapat diciptakan melalui atribut-atribut pemasaran perusahaan yang dapat menjadi unsur-unsur stimulasi bagi perusahaan untuk mempengaruhi konsumen dalam pembelian.

Loyalitas meliputi kemungkinan pembelian lebih lanjut atau perubahan perjanjian pelayanan atau sebaliknya. Seberapa besar kemungkinan konsumen akan beralih kepada penyedia layanan lainnya. Beberapa studi telah membuktikan adanya pengaruh yang signifikan antar nilai, kualitas layanan dan kepuasan terhadap loyalitas konsumen.

PT. Kanitra Mitra Jayautama (KAMAJU) merupakan perusahaan yang bergerak di bidang penyedia jasa tenaga kerja untuk sector *mining* (*man power solution*) yaitu penyedia jasa mekanik. Perusahaan ini didirikan pada tanggal 20 September 2010. Sejak pendirian PT. Kanitra Mitra Jayautama (KAMAJU) pada tanggal 20 September 2010 yang memulai dengan menyediakan tenaga kerja berupa *helper* mekanik yang bertujuan untuk mendukung pertumbuhan penjualan PT. United Tractors Tbk (atau 'UT'). Penurunan bisnis di sector *mining* sangat berdampak terhadap PT. Kanitra Mitra Jayautama (KAMAJU). Penurunan bisnis tentunya akan diikuti dengan penurunan kebutuhan tenaga kerja dalam hal ini jasa mekanik.

Penurunan pendapatan perusahaan disebabkan karena menurunnya ekspor batu bara ke luar negeri. Dan menurunnya pertumbuhan ekonomi di Indonesia 5% pertahun.

**Tabel 1.1** Persaingan Penyedia Jasa Mekanik

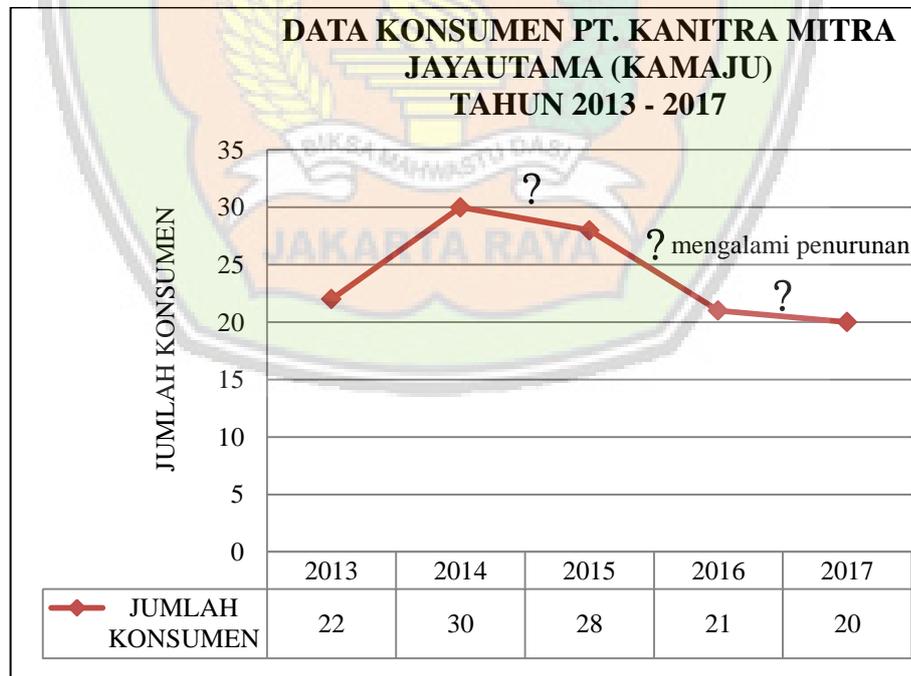
A.	PT Harmoni Mitra Utama
B.	PT Global Service Indonesia

Sumber : Human Capital PT. Kanitra Mitra Jayautama

**Tabel 1.2** Data Konsumen PT. Kanitra Mitra Jayautama Tahun 2013 - 2017

TAHUN	JUMLAH KONSUMEN
2013	22
2014	30
2015	28
2016	21
2017	20

Sumber : Human Capital PT. Kanitra Mitra Jayautama



**Gambar 1.1** Grafik Data Konsumen PT. Kanitra Mitra Jayautama Tahun 2013 – 2017

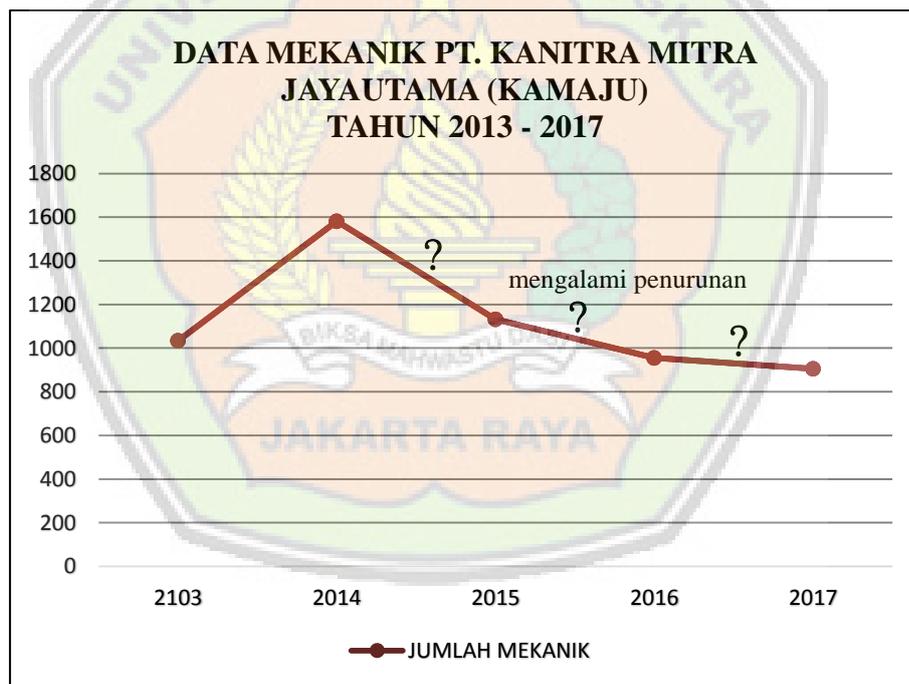
Berdasarkan gambar grafik diatas (lihat gambar 1.1), diketahui jumlah konsumen pada tahun 2013 ada sebanyak 22 konsumen, pada

tahun 2014 terjadi peningkatan sebanyak 30 konsumen, akan tetapi pada tahun 2015 jumlah konsumen menurun menjadi 28 konsumen, lalu pada tahun 2016 terjadi penurunan tajam sebanyak 21 konsumen dan tahun 2017 jumlah konsumen menurun lagi menjadi 20 konsumen.

**Tabel 1.3** Data Mekanik PT. Kanitra Mitra Jayautama Tahun 2013 - 2017

TAHUN	JUMLAH MEKANIK
2013	1033
2014	1581
2015	1132
2016	955
2017	905

Sumber : Human Capital PT. Kanitra Mitra Jayautama



**Gambar 1.2** Grafik Data Mekanik PT. Kanitra Mitra Jayautama Tahun 2013 – 2017

Dapat dilihat pada gambar grafik diatas (gambar 1.2), *supply* tenaga kerja mekanik PT. Kanitra Mitra Jayautama (KAMAJU) mengalami penurunan yang signifikan dikarenakan berkurangnya jumlah konsumen yang dimana dari beberapa konsumen tersebut beralih ke vendor lain. Hal ini menyebabkan pendapatan financial PT. Kanitra Mitra

Jayautama (KAMAJU) mengalami penurunan, sehingga manajemen melakukan evaluasi terhadap pemutusan tenaga kerja mekanik dengan berhitung kemampuan financial perusahaan apabila harus menahan sejumlah tenaga kerja mekaniknya tanpa adanya penempatan di konsumen.

**Tabel 1.4** Persaingan Loyalitas Konsumen

A.	PT Harmoni Mitra Utama
B.	PT Global Service Indonesia

Sumber : *Human Capital PT. Kanitra Mitra Jayautama*

PT. Kanitra Mitra Jayautama (KAMAJU) diharapkan dapat mengenali dan cepat tanggap atas penurunan jumlah konsumennya secara dini sehingga bisa diantisipasi dampak yang tidak diinginkan dan kemudian dapat segera dibentuk suatu strategi guna memperbaikinya. Untuk menjadikan perhatian bagi perusahaan, dengan demikian perusahaan dituntut untuk dapat tanggap dan menciptakan kebijakan yang tepat untuk mengatasi dan menangani permasalahan tersebut agar kepuasan dan loyalitas konsumennya tetap terjaga. Agar dapat menyusun strategi yang tepat bagaimana dalam menarik *new user* (konsumen baru), menciptakan kepuasan untuk konsumennya dan menciptakan loyalitas konsumen perlu kiranya mengetahui faktor-faktor kualitas pelayanan yang dapat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas konsumen.

Konsumen yang percaya dan setia (loyal) merupakan peluang untuk mendapatkan konsumen baru. Setiap perusahaan pasti menginginkan konsumen yang loyal karena konsumen yang loyal akan memberikan keuntungan jangka panjang bagi perusahaan. Selain itu, konsumen yang loyal merupakan tujuan akhir dari setiap perusahaan.

Melihat dari fenomena tersebut, pemberian layanan yang baik adalah salah satu cara untuk agar konsumen merasa puas dengan apa yang konsumen harapkan, dengan diperolehnya kepuasan tersebut konsumen akan merasa nyaman dan puas karena telah mendapatkan apa yang diinginkan, kepuasan konsumen tersebut memungkinkan konsumen untuk melakukan pembelian ulang atau memberikan rekomendasi kepada orang terdekatnya untuk menggunakan produk/jasa tersebut, hal ini menimbulkan loyalitas dari konsumen dan loyalitas tersebut sangat menguntungkan bagi perusahaan.

Maka dari itu saya tertarik untuk melakukan penelitian tentang ***“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen. (Studi Kasus Pada PT. Kanitra Mitra Jayautama, Cakung – Jakarta Timur)”***.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Banyaknya pesaing dari perusahaan lain yang memiliki pelayanan yang baik bagi konsumen untuk menjaga loyalitas konsumennya. Sehingga berdasarkan uraian diatas, maka permasalahannya dapat di rumuskan sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen yang menggunakan jasa mekanik PT. Kanitra Mitra Jayautama (KAMAJU)?
2. Apakah kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas konsumen yang menggunakan jasa mekanik PT. Kanitra Mitra Jayautama (KAMAJU)?
3. Apakah kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas konsumen yang menggunakan jasa mekanik PT. Kanitra Mitra Jayautama (KAMAJU)?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Dari latar belakang dan perumusan masalah tersebut maka tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan mempengaruhi loyalitas konsumen PT. Kanitra Mitra Jayautama (KAMAJU).
2. Untuk mengetahui apakah kepuasan konsumen mempengaruhi loyalitas konsumen PT. Kanitra Mitra Jayautama (KAMAJU).
3. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen mempengaruhi loyalitas konsumen PT. Kanitra Mitra Jayautama (KAMAJU).

### **1.4. Manfaat Penelitian**

#### **a. Bagi Penulis**

Sebagai bahan referensi dan pengetahuan semakin bertambah ilmu serta menambah wawasan yang berkaitan dengan kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen. Peneliti berfikir secara sistematis dalam menghadapi yang diperoleh tersebut selama menempuh studi di Universitas Bhayangkara, Bekasi.

#### **b. Bagi Perguruan Tinggi**

Untuk pengembangan ilmu pemasaran, khususnya mengenai kualitas pelayanan, kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen.

#### **c. Bagi Perusahaan**

Penelitian ini diharapkan menjadi bahan pertimbangan dan masukan bagi perusahaan untuk meningkatkan kualitas pelayanan jasa demi terwujudnya kepuasan dan loyalitas konsumen mereka.

### **1.5. Batasan Masalah**

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah membatasi masalah pada pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen PT. Kanitra Mitra Jayautama (KAMAJU).

## **1.6. Sistematika Penulisan**

Untuk memudahkan pemahaman dalam penulisan penelitian ini, penulis membaginya ke dalam lima bab dengan tahapan sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini menguraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab ini menguraikan teori-teori yang mendasari penelitian sehingga dapat disimpulkan suatu hipotesis dan variabel-variabel penelitian.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Pada bab ini akan dijelaskan dan diuraikan tentang lokasi penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, teknik dan metode pengumpulan data serta analisis data. Dengan demikian dan dapat diketahui berapa jumlah sampel yang dapat penulis ambil, teknik dan metode serta analisa apa saja yang tepat untuk digunakan.

### **BAB IV ANALISA DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini penulis harus mengikuti tujuan dan batasan penelitian seperti tercantum dalam bab 1 sesuai dengan penelitian yang dilakukan.

### **BAB V KESIMPULAN DAN IMPLIKASI MANAJERIAL**

Rangkuman pembahasan dari bab-bab sebelumnya dalam suatu kesimpulan penelitian dan berisikan saran-saran yang kiranya bisa bermanfaat bagi pihak terikat (perusahaan) serta saran-saran untuk penelitian selanjutnya.