

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Bisnis dan arus perekonomian kini mengalami sebuah perkembangan yang pesat. Perkembangan tersebut ditandai dengan revolusi digital dan kemajuan teknologi informasi. “Perkembangan teknologi akan merubah cara berbisnis, cara mengajar, cara berkomunikasi, dan cara berinteraksi” (Lou Gerstner, Chairman of IBM). Fasilitas komunikasi semakin canggih sehingga informasi dapat diperoleh dengan cepat dan efisien, interaksi antar negara dapat dilakukan dengan mudah. Salah satu contohnya adalah internet. Dengan internet pemesanan dan pemasaran produk / jasa antar negara dapat dilakukan di negara masing – masing dengan mudah dan cepat. Perusahaan juga dapat mengumpulkan informasi lebih cepat dan lebih lengkap tentang pasar, pelanggan, pesaing, dan peluang yang ada. Dengan internet, perusahaan bukan hanya mendapat informasi yang cepat tetapi juga dapat melakukan riset pasar.

Bisnis dibidang digital yang saat ini sedang berkembang pesat adalah *digital printing* (pencetakan dengan system digital), dengan elemen utama *inkjet paper* (kertas inkjet), *inkjet ink* (tinta inkjet), dan *inkjet printer* (printer inkjet). Oleh karena itu Toko Universal masuk dalam bisnis dibidang digital, seperti menjual printer, tinta printer inkjet, service printer, peralatan komputer, kertas inkjet dan juga sebagai distributor *external solution* dengan merk X-SOL external ink system.

Pelaku dalam bisnis *inkjet paper* (kertas inkjet) diantaranya adalah Canon photo paper pro, Konica glossy paper, I J paper and film, dan Ilford photo paper. Kertas inkjet ini umumnya digunakan oleh industri – industri foto ataupun perorangan yang ingin mencetak sendiri foto – foto yang diambil dengan kamera digital.

Persaingan dalam *inkjet printer* (printer inkjet) didominasi oleh HP, EPSON, Canon, Lex mark, dan Minolta. HP mendominasi pasar printer laser sedangkan EPSON mendominasi pasar printer inkjet dan dot matrik. Pengembangan produk printer inkjet pun sudah dilakukan, terbukti dengan terciptanya external ink supply system yang diterapkan pertama kali pada printer EPSON.

Printer inkjet dan tinta inkjet merupakan sebuah rangkaian produk yang tidak dapat dipisahkan dan saling mempengaruhi dalam menciptakan kualitas yang terbaik dan efisiensi biaya cetak yang termurah. Selain tinta original, merek tinta inkjet lainnya yang beredar di Indonesia adalah Bembie Ink, Reffillo Ink, Data Print Ink, Magicink, dan X-Sol ink. Digital printing kini sudah tidak asing lagi dimata masyarakat Indonesia, bukan hanya untuk industri – industri foto saja tetapi masyarakat perorangan pun sudah mulai beralih dari pemakaian kamera konvensional ke kamera digital karena banyaknya kelebihan – kelebihan dari system digital secara keseluruhan. Jika mereka ingin mencetak sendiri foto yang diperoleh melalui kamera digital secara keseluruhan. Jika mereka ingin mencetak sendiri foto yang diperoleh melalui kamera digital, maka mereka akan memerlukan kertas, tinta, dan printer inkjet. Hal inilah yang membuka peluang bisnis untuk mendirikan perusahaan yang menjual kertas dan printer inkjet berikut tintanya.

Seiring dengan peningkatan peluang dibidang *digital printing* ini, maka persaingan yang dihadapi oleh Toko Unibersal pun semakin ketat karena jumlah pemain dipasaran meningkat. Persaingan yang terjadi dapat dengan sesama perusahaan sejenis yang baru memasuki pasar, karena dalam kenyataannya dalam suatu pasar tidak sedikit terdapat *potential entrants*, ataupun dengan perusahaan yang sudah terlebih dahulu ada dalam industri tersebut. Agar perusahaan dapat memenangkan persaingan di pasar dan terus berusaha untuk *survey*, maka perusahaan harus mengerti akan kondisi yang dimasuki dan pasar yang dihadapi.

Pasar yang akan dihadapi terdiri atas pasar bisnis dan pasar konsumen (end user). Dan tentunya setiap pasar memiliki karakteristiknya masing – masing dan hal itu akan menyebabkan kebutuhan dan keinginan yang berbeda – beda pula setiap konsumen dalam pasar tersebut. Salah satu cara yang dapat digunakan dalam menghadapi persaingan di pasar adalah dengan selalu memberikan *consumer satisfaction* sehingga konsumen beroleh kepuasan. Dengan demikian perusahaan juga dapat mempertahankan konsumennya dan meningkatkan loyalitas mereka, meningkatkan penjualannya, selain tentunya agar perusahaan mengalami pertumbuhan yang berkesinambungan.

Dalam rangka mengusahakan *consumer satisfaction*, maka suatu perusahaan harus dapat menggabungkan empat unsur dalam marketing yaitu produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), dan promosi (*promotion*) dengan tepat. Kombinasi yang tepat antara keempat unsure tadi dengan pelayanan (*service*) yang memuaskan salah satu alat dalam menghadapi persaingan di pasar.

Apabila perusahaan berhasil mendapatkan loyalitas dari konsumen, tentunya selain perusahaan menjadi kompetitif juga dapat meningkatkan penjualannya. Hal ini dimungkinkan karena konsumen yang percaya pada produk – produk yang dijual Toko Universal dan tidak berpaling pada pesaing. Akibatnya apabila perusahaan mempunyai produk baru konsumen tersebut akan tertarik untuk membeli dan inilah yang dapat meningkatkan penjualan.

Perusahaan yang baru memasuki industri yang sudah lama berdiri. Selain perusahaan juga menghadapi persaingan dengan sesama perusahaan sejenis yang juga relatif baru yang memasuki industri yang sama. Tersedianya barang substitusi di pasar juga harus diwaspadai oleh perusahaan, terlebih dari segi harga karena barang substitusi dapat menjadi *ceiling price*. Belum lagi jika melihat bahwa perusahaan menghadapi kekuatan penawaran (*bargaining power*) baik dari pemasok maupun dari pembeli.

Produk yang kini lebih diminati oleh konsumen adalah produk yang bersaing baik dalam hal harga maupun kualitas. Hal itu lebih disebabkan karena konsumen selektif dalam memilih produk yang dibelinya. Namun tentu saja tidak dari segi harga saja dan menjadi *price minded*, tetapi masalah pelayanan (*service*) tetap menjadi pertimbangan mereka baik *sales service* maupun *after sales service* (layanan purna jual).

Produsen dapat menarik konsumen dengan strategi yang lain, selain penurunan harga. Misalnya dengan memberikan layanan purna jual, hal ini akan memberikan penilaian positif dimata konsumen. Perusahaan memberikan pelayanan setelah konsumen melakukan transaksi pembelian produk dari perusahaan tersebut agar

konsumen merasa lebih puas, jumlah konsumen meningkat sehingga pasar yang dilayani meluas, dan penjualan meningkat. Khususnya untuk *external ink supply system* yang relatif baru dimata masyarakat, sangat memerlukan layanan purna jual untuk menanggapi keluhan, pertanyaan, dan konsultasi konsumen agar produk tersebut dapat diterima konsumen dan dapat memenangkan persaingan dengan produk sejenis.

Selain dapat meningkatkan umur produk, layanan purna jual juga dapat membina hubungan baik antara konsumen dengan perusahaan dan menjaga hubungan tersebut agar tetap terjalin untuk mendorong transaksi pembelian berikutnya baik pembelian produk yang sama atau pembelian produk lain dijual perusahaan tersebut akibat terciptanya loyalitas konsumen.

Dengan keadaan pasar yang dimasuki juga kemampuan yang dimiliki oleh perusahaan, dan melihat besarnya manfaat yang diperoleh dengan menjalankan strategi after sales service, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul :

“ PENGARUH LAYANAN PURNA JUAL TERHADAP TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN PADA TOKO UNIVERSAL DI BANDUNG “

1.2. Identifikasi Masalah Penelitian

Persaingan yang semakin ketat diantara perusahaan – perusahaan menyebabkan perusahaan harus mampu menganalisis kebutuhan dan keinginan konsumennya serta memiliki mutu pelayanan yang baik, maka dapat dirumuskan identifikasi masalah penelitian ini sebagai berikut :

1. Apa tujuan layanan purna jual pada Toko Universal di Bandung.
2. Bagaimana pelaksanaan layanan purna jual pada Toko Universal di Bandung..
3. Sampai sejauhmana pengaruh layanan purna jual terhadap kepuasan konsumen pada Toko Universal di Bandung.

1.3. Tujuan Penelitian

Ada pun maksud dari penelitian adalah untuk mengumpulkan, mengolah, dan menganalisa data yang akan digunakan sebagai bahan dalam penyusunan skripsi yang merupakan salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen di Universitas Kristen Maranatha, Bandung :

Sedangkan tujuan dari penulisan penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui tujuan dari layanan purna jual pada Toko Universal di Bandung.
- b. Untuk mengetahui pelaksanaan layanan purna jual pada Toko Universal di Bandung.
- c. Untuk mengetahui tanggapan dari konsumen terhadap pelaksanaan kegiatan layanan purna jual.
- d. Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen pada Toko Universal.
- e. Untuk mengetahui sejauhmana pengaruh layanan purna jual terhadap kepuasan konsumen pada Toko Universal di Bandung

1.4. Kegunaan Hasil Penelitian

Meskipun menyadari keterbatasan dalam penulisan ini, penulis mengharapkan agar penelitian ini dapat bermanfaat bagi banyak pihak, yaitu :

a. Bagi perusahaan

Sebagai bahan masukan untuk dipertimbangkan dalam penetapan kebijakan pemasaran selanjutnya dan memecahkan masalah yang dihadapi atau mungkin saja akan dihadapi. Dan sebagai tambahan pengetahuan tentang bagaimana sebenarnya yang diinginkan konsumen mengenai layanan purna jual yang dilakukan Toko Universal di Bandung.

b. Bagi penulis

Menambah wawasan dan pengetahuan mengenai peranan layanan purna jual terhadap kepuasan melalui penerapan ilmu dan teori – teori yang diperoleh selama dibangku perkuliahan dan membandingkan dengan kenyataan yang terjadi serta meneliti kemampuan analisis dan berpikir sistematis. Penelitian ini dibuat untuk memenuhi persyaratan akademis untuk mengikuti ujian Sarjana Lengkap di Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Kristen Maranatha.

c. Bagi fakultas

Memberi tambahan sumber referensi bagi perpustakaan fakultas ekonomi khususnya mengenai analisis biaya kualitas.

d. Bagi pembaca

Diharapkan dapat digunakan sebagai referensi atau pembanding yang dapat membantu dalam penelitian sejenis dan juga dapat dimanfaatkan untuk menambah wawasan pengetahuan.

1.5. Kerangka Pemikiran

Persaingan dalam dunia usaha semakin tajam, selain karena semakin bertambahnya pesaing baru, juga masyarakat sebagai konsumen semakin selektif dalam memilih produk yang akan dibelinya. Kondisi ini membuat perusahaan sebagai penjual produk ke pasar tidak lagi hanya menawarkan manfaat inti (core product) dari produk yang ditawarkannya, tetapi mereka juga menawarkan manfaat atau pelayanan tambahan yang menyertai penjualan produknya. Tinta inkjet yang merupakan produk yang ditawarkan oleh perusahaan disertai jasa pengiring, yaitu layanan purna jual. Dalam hal ini adanya after sales service amat penting, karena adanya layanan purna jual yang baik dapat mempengaruhi pemasaran produk tersebut.

Pengertian layanan purna jual menurut Hindle dan Thomas, Intisari Manajemen Pemasaran, (1994 : 32) adalah sebagai berikut :

“ Pelayanan purna jual (*after sales service*) adalah suatu layanan yang disediakan oleh produsen kepada seorang konsumen setelah konsumen tersebut membeli produk dari produsen itu “

Layanan purna jual menjadi semakin penting jika produk yang dijual oleh perusahaan adalah suatu produk yang mempunyai masa konsumsi yang lama dan tingkat kerumitan pemakaian yang cukup tinggi sehingga diperlukan pelatihan khusus.

Berdasarkan hal tersebut dapat dikatakan bahwa layanan purna jual adalah semua kegiatan yang dilakukan setelah penyerahan proyek kepada konsumen atas pembeliannya yang berlaku selama konsumen memiliki ikatan layanan atau berhubungan dalam berbagai macam layanan.

Perusahaan melakukan layanan purna jual dengan harapan dapat memberi kepuasan pada konsumennya, karena setelah membeli produk seorang konsumen akan mengalami suatu kepuasan ataupun ketidakpuasan atas produk yang dibelinya. Kepuasan konsumen didefinisikan sebagai berikut :

“Customer satisfaction is a state of mind that customer have about a company when their expectations have been meet or exceeded over the lifetime of the product or service.”

(Handi Irawan, Measuring Customer Satisfaction, (2000: 1).

Kepuasan untuk semua orang tidaklah sama, jadi sampai sejauh mana kepuasan itu dapat dirasakan tergantung dari individu yang mengalaminya.

Konsumen merasa puas atau tidak puas ditentukan oleh hubungan antara harapan konsumen dengan yang diterima konsumen dari produk atau pelayanan tersebut. Harapan konsumen terbentuk dari pengalaman masa lalu, pernyataan dari teman atau relasi, serta janji dari informasi pemasar dari pesaing.

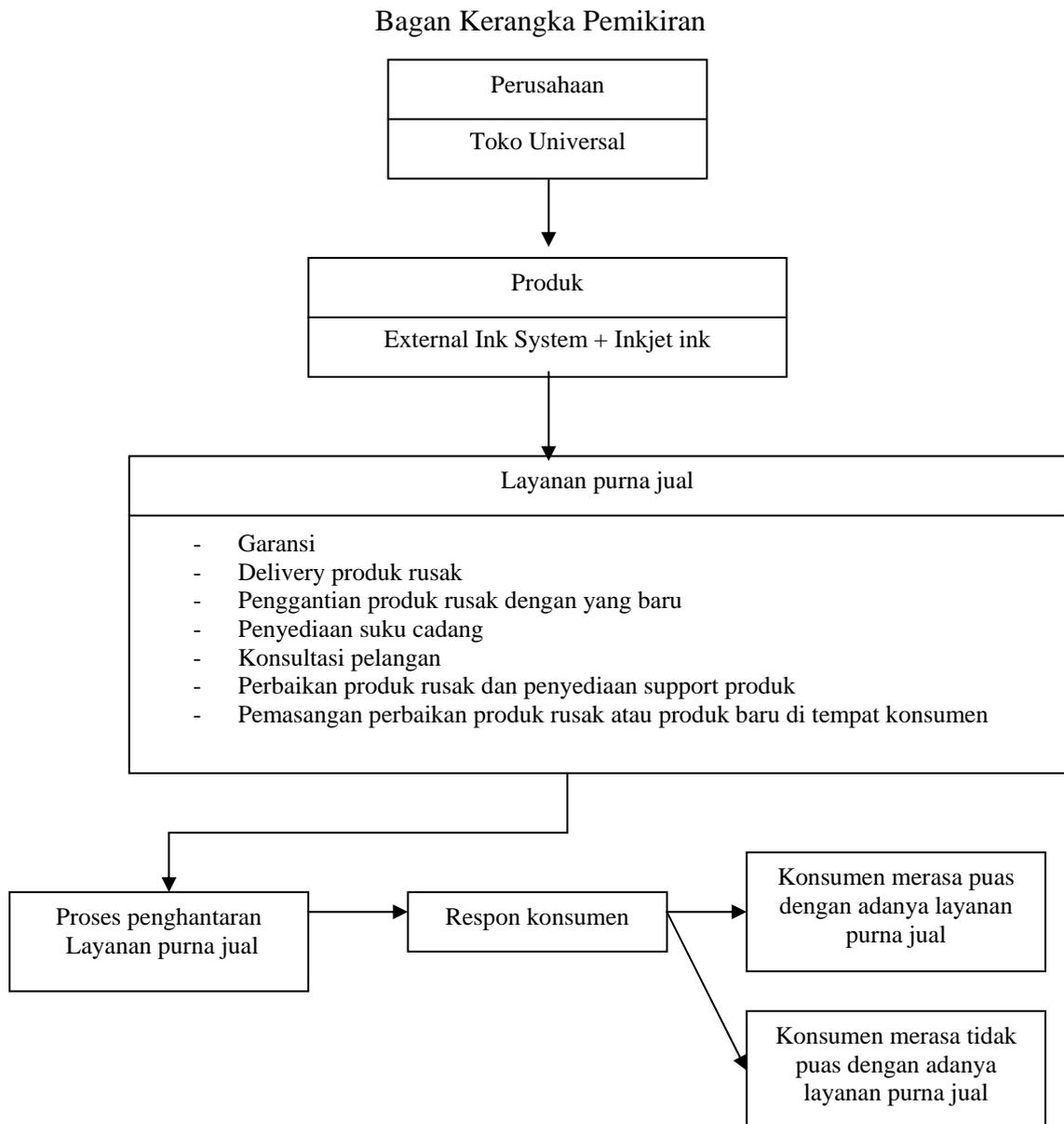
Kepuasan yang dirasakan konsumen terhadap produk atau pelayanan yang diterimanya akan mempengaruhi perilaku mereka berikutnya. Seorang konsumen yang puas kemungkinan akan melakukan pembelian pada waktu berikutnya dan akan menyampaikan hal – hal baik pada orang lain seperti sering dikatakan para pemasar bahwa pelanggan yang puas adalah iklan yang terbaik bagi perusahaan (*the power word of mouth*).

Oleh karena itu perusahaan harus selalu meningkatkan pelayanan pada konsumen antara lain dengan berbagai fasilitas atau pelayanan yang lebih, maka perusahaan dapat memberi kemudahan – kemudahan kepada konsumen terhadap produk yang telah dibelinya agar perusahaan memiliki keunggulan bersaing (*competitive advantage*) yang akan mampu meningkatkan kepuasan konsumen (*customer satisfaction*) dan loyalitas pelanggan (*customer loyalty*).

Dengan demikian peningkatan jasa sangat penting dalam meningkatkan kepuasan konsumen terhadap produk yang dibelinya, terutama mengenai mutu suatu jasa yang tidak dapat dipisahkan dengan karakteristik perusahaan itu sendiri.

Berikut ini skema kerangka pemikiran :

Gambar 1.1



1.6. Hipotesis

Maka berdasarkan pemikiran gambar 1.1 dapat ditarik hipotesis bahwa :
“Semakin baik pelayanan jasa yang diberikan pada saat pembelian produk maupun jasa yang diberikan setelah penjualan, maka dapat meningkatkan kepuasan konsumen pada toko tersebut “.

1.7. Lokasi Dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian pada Toko Universal yang berlokasi di Jalan Taman Holis B/25 Bandung. Penelitian ini dimulai pada pertengahan bulan Agustus hingga selesainya penyusunan skripsi ini.

1.8. Sistematika Penyusunan

Sistematika pembahasan dalam penulisan tugas ini adalah sebagai berikut :

Bab 1 Pendahuluan

Menjelaskan latar belakang penelitian, pokok masalah dan pembahasan masalahnya, maksud dan tujuan penelitian, kegunaan penelitian, hipotesa, sistematika pembahasan, dan menjelaskan mengenai waktu dan tempat penelitian.

Bab 2 Landasan Teori

Menjelaskan teori – teori yang digunakan sebagai dasar untuk menunjang penelitian ini seperti ruang lingkup dan strategi dari produk, jasa, layanan purna jual dan kepuasan konsumen.

Bab 3 Metodologi Penelitian

Menjelaskan mengenai perubahan yang menjadi objek penelitian, metode yang digunakan dalam rangka menyusun data yang mendukung penelitian ini serta digunakan dalam rangka menyusun data yang mendukung penelitian ini serta teknik pengumpulan data beserta analisisnya.

Bab 4 Hasil Penelitian dan Pembahasan Masalah

Menggambarkan keadaan Toko Universal dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Semua pembahasan ditunjukan untuk memecahkan masalah penelitian.

Bab 5 Kesimpulan dan Saran

Merupakan kesimpulan dari seluruh hasil penelitian serta analisis yang telah dilakukan oleh penulis serta saran – saran bagi perusahaan yang diharapkan dapat memecahkan permasalahan yang dihadapi dan bermanfaat untuk masa yang akan datang