

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan perekonomian dewasa ini dalam menghadapi persaingan global dan liberalisasi perdagangan telah bergulir. Hal ini yang dapat menjadi salah satu ukuran bahwa pelaku bisnis harus menyiapkan diri dengan baik dalam menghadapi tantangan persaingan global tersebut.

Tantangan terbesar bagi setiap pelaku bisnis dalam menjalankan dan mempertahankan kelangsungan usahanya ditunjang oleh peningkatan kebutuhan masyarakat yang semakin hari semakin beragam yang didukung oleh kemajuan di bidang komunikasi dan perhubungan. Keragaman kebutuhan tersebut telah membuka lapangan kerja dan kesempatan berusaha guna mencapai pemenuhan kebutuhan masyarakat.

Salah satu usaha yang dapat dilihat dan diamati adalah kualitas jasa produksi susu. Melihat kenyataan ini, dalam industri susu mulai terjadi persaingan. Banyak pesaing tertarik dan masuk ke dalam bisnis ini. Masuknya pesaing dalam industri mendorong perusahaan mempertahankan tingkat kualitas jasa produksi susu agar dapat bersaing dengan perusahaan sejenis, serta mempertahankan pelanggan yang ada agar tidak pindah ke perusahaan lain. Oleh karena itu setiap perusahaan menjaga kelangsungan usahanya dengan cara pemeliharaan terhadap kualitas jasa produksi susu tersebut.

Industri susu melalui koperasi, yang para anggota atau pemilik dan langganannya merupakan alat guna mencapai tujuan ekonomi, akan membuka peluang yang sangat lebar bagi kehidupan perekonomian. Hal inilah yang mendorong penulis untuk melakukan penelitian pada kualitas jasa produksi susu tersebut karena susu merupakan kebutuhan pokok sehari-hari yang banyak dikonsumsi oleh masyarakat.

Koperasi Peternak Sapi Bandung Utara (KPSBU) yang didirikan pada tanggal 8 Agustus 1971 adalah wadah bagi para peternak sapi perah, dimana dalam perkembangan usahanya berusaha untuk tanggap dengan banyaknya kebutuhan bagi pelanggannya, dan berusaha untuk selalu meningkatkan serta mempertahankan kesetiaan dan kepercayaan konsumen.

Sejalan dengan keadaan di atas kualitas jasa produksi susu di KPSBU juga menghadapi tantangan karena pelanggan mengharapkan produksi susu yang bermutu baik. Oleh karena itu penulis ingin mengetahui secara mendalam upaya-upaya KPSBU untuk menghadapi dan menjaga kualitas produksi susu agar tidak menurun dan menghadapi perusahaan pesaingnya agar pelanggan merasa puas.

Menurut Philip Kotler (2000) menyatakan bahwa mutu atau kualitas adalah keseluruhan ciri serta sifat barang dan jasa yang berpengaruh pada kemampuan memenuhi kebutuhan yang dinyatakan maupun yang tersirat. Sedangkan definisi produk adalah sebagai sesuatu yang dapat ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan.

Menurut J Supranto (2000) menyatakan kepuasan pelanggan merupakan perbedaan antara harapan dan kinerja. Bahwa kinerja suatu barang sekurang-kurangnya sama dengan apa yang diharapkan.

Dengan demikian, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dan menggunakannya dalam bentuk skripsi yang berjudul "*Pengaruh Kualitas Jasa Produksi Susu terhadap Kepuasan Pelanggan di KPSBU*"

1.2. Identifikasi Masalah

Dari uraian latar belakang penelitian tersebut, maka yang menjadi permasalahan adalah:

1. Apa tujuan KPSBU melakukan peningkatan kualitas ?
2. Seberapa besar kualitas jasa susu berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan ?
3. Bagaimana derajat dan berapa besar pengaruh masing-masing dimensi kualitas jasa terhadap kepuasan pelanggan ?

1.3. Maksud dan Tujuan

Maksud dari penelitian ini dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk menempuh ujian akhir Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen di Fakultas Universitas Kristen Maranatha.

Tujuan dari Penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui tujuan KPSBU dalam meningkatkan kualitas.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh terhadap kualitas jasa produk susu terhadap kepuasan pelanggan.

3. Untuk mengetahui derajat dan besarnya pengaruh dimensi kualitas jasa produksi susu terhadap kepuasan pelanggan.

1.4. Kerangka Pemikiran

Setiap perusahaan ingin lebih unggul daripada perusahaan lainnya. Oleh karena itu peranan manajemen menjadi penting dalam menghadapi tantangan ini khususnya dari pesaingnya. Manajemen pemasaran dapat membantu perusahaan untuk membantu kelangsungan hidup perusahaan agar berjalan dengan baik.

Mempertahankan kesinambungan perusahaan dalam menghadapi persaingan di antara perusahaan khususnya produksi susu saat ini, maka kualitas produksi susu merupakan bagian utama dari strategi perusahaan dalam rangka meraih keunggulan yang berkesinambungan ataupun sebagai strategi untuk terus tumbuh.

Menurut Motgomery (1985) produksi dikatakan bermutu atau, berkualitas bagi seseorang kalau produk tersebut dapat memenuhi kebutuhannya.

Menurut Mc Carthy (1985) produk industri membagi bahan produk pertanian kedalam dua kategori:

- 1) Produk-produk pertanian (farm produk) ditanam oleh petani-petani

Contoh-contohnya adalah kapas, gandum, buah-buah ceri, tanaman tebu, ternak ayam, telur-telur dan susu.

- 2) Produk-produk alam (natural) produk ini adalah produk-produk yang timbul dari alam.

Contohnya ikan, kayu, tembaga, timah, bijih besi, minyak dan batubara.

Di dalam memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada langganannya dengan cara misalnya: memberikan produksi susu yang kualitasnya lebih baik, harganya lebih murah, pelayanan yang lebih baik. Karena keunggulan suatu produksi susu adalah tergantung pada kualitas yang diperlihatkan. Untuk itu, untuk memberikan pelayanan yang terbaik merupakan cara perusahaan selain kualitas jasa produksi susu yang dihasilkan dengan beberapa faktor dalam bauran pemasaran. Faktor yang merupakan faktor yang dikendalikan meliputi: produk, harga, distribusi dan promosi. Sedangkan faktor yang tidak dapat dikendalikan meliputi: lingkungan mikro dan lingkungan makro.

Adapun lingkungan mikro yaitu perusahaan, pemasok, pasar langganan, pesaing dan masyarakat. Sedangkan lingkungan makro yaitu demografi, ekonomi, alam, teknologi, politik dan budaya.

Faktor-faktor tersebut oleh perusahaan dipergunakan untuk meningkatkan usaha dan untuk mencapai kepuasan pelanggan karena pelanggan sebenarnya membeli kepuasan, tidak sekedar produksi susunya saja.

Menurut (Oliver, 1980) kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah dibandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya.

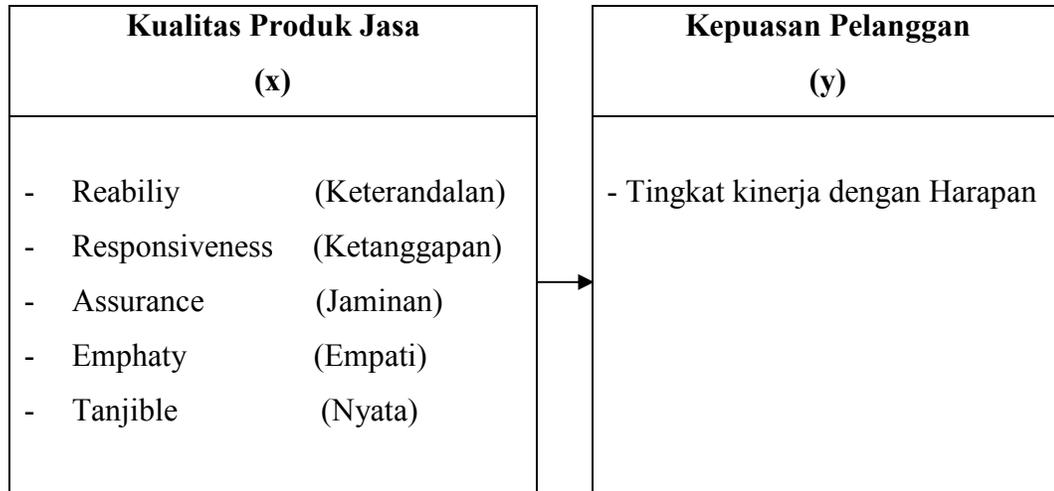
Dengan demikian perusahaan yang terus-menerus menjaga serta mempertahankan, kualitas jasa produksi susu dari pesaingnya dapat memenuhi harapan pelanggan, maka perusahaan tersebut dapat mempertahankan kelangsungan hidupnya.

Menurut (Zeithamal et.al) kualitas suatu produk jasa dapat diukur sebagai berikut :

1. *Reability* (Keterandalan)
 - Tepat Waktu
 - Kesesuaian dengan janji yang ditawarkan
2. *Responsiveness* (Ketanggapan)
 - Ketanggapan Staff
 - Penanganan kualitas
3. *Assurance* (Jaminan)
 - Keramahan, perhatian dan kesopanan staff
 - Prestasi dan reputasi di perusahaan
4. *Emphaty* (Empati)
 - Kemudahan
 - Kemampuan staff berkomunikasi
5. *Tanjible* (Nyata)
 - Penampilan fisik
 - Kebersihan
 - Kenyamanan ruangan
 - Penampilan dari staff

Sedangkan kepuasan pelanggan dapat diukur dengan tingkat kinerja dengan harapan.

Dari uraian di atas tersebut dapat dikatakan bahwa kualitas jasa produksi susu berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.



Gambar 1.1
Kerangka Pemikiran
Analisis Kualitas Produk Susu Terhadap Kepuasan Pelanggan
Di KPSBU Lembang

1.5 Hipotensis

Berdasarkan uraian pada latar belakang dan masalah penelitian serta tujuan penelitian maka dapat diajukan hipotensis sebagai berikut :

“Kualitas jasa produksi susu berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan” dengan asumsi *caterus paribus*.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA