

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pemasaran adalah suatu proses menyeluruh, terpadu, dan terencana, yang dilakukan oleh sebuah organisasi atau institusi dalam melakukan usaha agar mampu mengakomodir permintaan pasar dengan cara menciptakan produk bernilai jual, menentukan harga, mengkomunikasikan, menyampaikan, dan saling bertukar tawaran yang bernilai bagi konsumen, klien, mitra, dan masyarakat umum. Secara sederhana, definisi pemasaran lebih identik dengan proses pengenalan produk atau layanan kepada konsumen yang potensial. Aspek-aspek untuk pemasaran ini meliputi periklanan, *public relation*, promosi, distribusi, penjualan, dan pelayanan konsumen.

Pemasaran merupakan suatu badan yang segala kegiatan atau usaha yang dilakukan pada bidang pemasaran, yaitu mendistribusikan dari produsen ke konsumen melalui pemasaran. Pelaku utama dalam pemasaran plafon (PVC), yaitu plafon yang memiliki bahan yang anti air atau bahan yang elastis, sedangkan pihak-pihak yang terkait dalam penyiapan bahan baku plafon yaitu pekerja, jasa pemasangan plafon, jasa angkuta barang, serta pihak yang membantu dalam pemasarannya. Industri pemasaran tentunya akan banyak efisiensi yang bisa dimanfaatkan bagi pengusaha atau pengelola industri Pada kegiatan pemasaran setelah lembaga pemasaran maka akan terdapat saluran pemasaran.

Dengan tidak adanya saluran pemasaran maka konsumen akan kesulitan dalam menemukan barang yang dibutuhkan, ataupun perusahaan akan mengalami kesulitan untuk mendistribusikan produk tersebut kepada konsumen. Tujuan utama dalam kegiatan pemasaran adalah pemasaran yang berlangsung efisien bagi semua pada saluran pemasaran. Keberhasilan dalam berbagai usaha pada kegiatan yang sifatnya pemberi jasa. Peranan pelayanan akan lebih besar dan menentukan jika pada kegiatan jasa tersebut bersaing dalam persaingan pasar dan dapat menarik

pelanggan. Salah satu cara agar penjualan jasa lebih unggul dibandingkan para pesaing adalah dengan memberikan pelayanan yang berkualitas dan bermutu demi memenuhi tingkat kepentingan pelanggan. Tingkat kepuasan pelanggan sendiri dapat diperoleh dari perbandingan atas jenis pelayanan yang nyata diterima oleh pelanggan dengan jenis pelayanan yang diharapkan oleh pelanggan. Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen ialah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat pelayanan yang diberikan mampu menyesuaikan dengan ekspektasi konsumen, artinya kualitas pelayanan bisa diwujudkan melalui kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan pencapaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen.

Keuntungan dari pelayanan yang baik akan memberikan dorongan khusus kepada konsumen untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan, ikatan emosional semacam ini memungkinkan produsen memahami keinginan dan kebutuhan yang diharapkan oleh konsumen, sebaliknya dampak negatif dari produsen yang gagal memuaskan pelayanannya akan menghadapi masalah yang kompleks. Konsumen yang tidak puas akan menyampaikan pengalaman buruknya kepada orang lain dan bisa dibayangkan betapa besarnya kerugian dari kegagalan dalam memberikan kepuasan kepada konsumen. Melihat kerugian yang diakibatkan oleh kualitas pelayanan yang tidak baik maka menjaga kualitas pelayanan merupakan faktor yang sangat penting bagi para produsen dalam upaya meningkatkan kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan berkaitan erat dengan kepuasan konsumen, karena kualitas pelayanan dapat memberikan keuntungan dan kerugian bagi produsen.

Menurut Zeithaml, Bitner, dan Gremler dalam Putro, et al. (2014) kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang diberikan oleh sebuah perusahaan. Terdapat lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu *tangible*, *reliability*, *responsive*, *assurance*, dan *empathy*. *Tangible*, artinya segala bukti fisik seperti pegawai, fasilitas, peralatan, tampilan fisik, dari pelayanan pekerja untuk para konsumennya. *Reliability*, yaitu yang mencakup konsistensi kerja dan kemampuan untuk dipercaya. Hal ini berarti pihak perusahaan memberikan pelayanannya secara tepat sejak awal dan

telah memenuhi permintaan konsumennya. *Responsive*, yaitu kemauan atau kesiapan para pekerja plafon untuk memberikan pelayanannya yang dibutuhkan konsumen. *Assurance*, meliputi pengetahuan karyawan terhadap produk secara tepat. Para pekerja plafon PVC juga memberikan keramahan perhatian dan kesopanan dalam pelayanannya. *Empathy*, artinya perhatian secara individual yang diberikan pekerja plafon kepada konsumen seperti kemudahan dalam melakukan pemesanan lewat telpon atau lewat online.

Berdasarkan uraian tersebut, maka peneliti merasa tertarik untuk memilih plafon PVC sebagai objek penelitian dan untuk mengetahui seberapa besar kepuasan pelanggan plafon PVC, karena plafon PVC merupakan salah satu plafon yang banyak diminati di Kampung Tanjung Serupa dari pada plafon lainnya. Beberapa tahun terakhir, jumlah bisnis plafon di Lampung terus bertambah dengan beragam variasi produk yang ditawarkan, hal ini dipengaruhi oleh terjadinya perubahan pola konsumsi dan perubahan gaya hidup konsumen di Indonesia. Sudah banyak di Lampung yang menjalankan bisnis di bidang plafon. Berikut adalah beberapa plafon yang ternama di desa Tanjung Serupa.

TABEL 1.1 DAFTAR BEBERAPA NAMA PLAFON

No	Nama Plafon	Kelebihan	Kekurangan
1	Gypsum	Pengerjaan lebih cepat	Tidak tahan air
2	Triplek	Harga masih cukup murah	Kurang tahan air
3	Kayu	Tampilan lebih artistik	Pengerjaan lebih lama dan lebih sulit
4	Metal	Anti air dan anti rayap	Pengerjaan tidak mudah
5	Pvc	Daya tahan tinggi terhadap air dan api	Tidak bisa di cat ulang
6	Eternit atau asbes	Proses pengerjaan mudah	Bahan mudah retak dan patah
7	Grc	Tahan terhadap air dan api	Harga relative lebih mahal
8	Akustik	Peredam suara yang efektif	Harga relative lebih mahal

Sumber: survey masyarakat /toko (2022)

Dari tabel di atas yang menyebutkan daftar beberapa nama plafon, yang paling diminati dari tempat penelitian yaitu plafon PVC. Berdasarkan

hasil prasurvey peneliti, lokasi usaha Plafon PVC terletak di Desa Tanjung Serupa, Kecamatan Pakuan Ratu, Kabupaten Way Kanan. Semakin banyak usaha dibidang Plafon maka dalam mendapatkan perhatian konsumen juga semakin ketat, oleh karena itu para pengusaha dengan jenis produk yang serupa harus memikirkan cara untuk memenangkan pasar. Salah satu cara untuk memenangkan persaingan ialah dengan membuat sesuatu yang berbeda dan istimewa. Menciptakan sesuatu yang unik dan menarik bisa menjadi alternatif untuk membedakan usaha Plafon PVC yang satu dengan yang lainnya melalui kualitas pelayanan yang baik dan nyaman.

Di era kemajuan teknologi sangat penting untuk membantu kemajuan indonesia dibidang plafon, pasalnya Indonesia sudah menghadapi MEA (Masyarakat Ekonomi Asean) dimana integrasi ekonomi dalam menghadapi era perdagangan/pemasaran bebas antar negara ASEAN, sebagai bangsa Indonesia harus mengenal plafon. Dalam dunia bisnis plafon semakin lama semakin berkembang pesat, perkembangan bisnis plafon mengakibatkan adanya perubahan pola dan cara persaingan dituntut untuk mempertahankan bisnis plafon . Oleh karena itu setiap pelaku bisnis plafon dituntut untuk mempunyai kepekaan terhadap perubahan kondisi persaingan bisnis yang terjadi di lingkungannya dan menempatkan orientasi terhadap kemampuan untuk menarik keputusan pembeli agar mampu berhasil dalam menjalankan usahanya apalagi usaha plafon untuk mempercantik rumah.

Oleh karena itu, perusahaan harus mampu memahami kebutuhan dan keinginan konsumennya. Sehingga perusahaan mampu merancang strategi pemasaran yang kuat agar dapat menciptakan kepuasan bagi konsumennya dan mampu bertahan dalam persaingan bisnis. Persaingan dalam usaha plafon memenangkan pilihan konsumen mengharuskan setiap perusahaan dapat menghasilkan produk terbaiknya yang memenuhi selera dari konsumen dan bisa diterima oleh pasar (Kotler,2002). Persaingan adalah suatu hal yang tidak dapat terlepas dari kehidupan masyarakat Indonesia. Kunci dari persaingan sendiri memberikan kepuasan terhadap pelanggan sehingga terciptanya tempat yang lebih baik dan layak bagi dunia pembisnis.

Persaingan yang semakin ketat dimana semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, menyebabkan setiap perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. Dengan ini semakin diyakini bahwa kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah memberikan kepuasan kepada pelanggan dan pelayanan yang sangat puas terhadap konsumen.

Persaingan plafon di Lampung sendiri cukup ketat, apalagi banyaknya plafon plafon yang terbaru khususnya plafon PVC, sehingga pelanggan memilih plafon sesuai warna dan kualitas yang diinginkan agar kepuasan pelanggan terpenuhi. Persaingan dunia bisnis di Indonesia sudah semakin ketat dan keras, sehingga sudah menciptakan banyak perubahan bagi pembisnis, banyak hal yang mempengaruhi sehingga terjadinya persaingan, di dunia bisnis. Pembisnis plafon khususnya harus jeli-jelinya memilih bahan berkualitas sehingga bahan tidak mudah cepet rusak atau mudah patah supaya pelanggan puas dengan bahan yang bagus, agar pelanggan juga bisa mempercantik atau memperindah rumah idamannya.

Berdasarkan definisi ini, kualitas jasa bisa diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Layanan yang sesuai dengan harapan pelanggan itu dapat muncul dengan melakukan perbandingan terlebih dahulu terhadap layanan yang diberikan perusahaan seperti kecepatan layanan, konsistensi layanan dari waktu ke waktu, kenyamanan, dan tanggap terhadap keluhan pelanggan. Ada dua faktor yang mempengaruhi kualitas jasa yaitu jasa yang diharapkan (*expected service*) dan jasa yang dirasakan (*perceived service*). Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Hal ini berarti citra kualitas yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang atau persepsi penyedia jasa melainkan dari sudut pandang atau persepsi pelanggan. Baik buruknya kualitas layanan jasa menjadi tanggung jawab seluruh bagian organisasi perusahaan. Oleh sebab itu, baik tidaknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten.

Plafon adalah bagian dari konstruksi bangunan yang berfungsi sebagai langit-langit bangunan. Pada dasarnya plafon dibuat dengan maksud untuk mencegah cuaca panas atau dingin agar tidak langsung masuk ke dalam rumah setelah melewati atap. Namun demikian dewasa ini plafon tidak lagi hanya sekedar menghambat panas atau dingin, melainkan juga sebagai hiasan yang akan lebih mempercantik interior suatu bangunan. Plafon biasanya di buat dengan ketinggian tertentu. Namun sebagai variasi ada juga yang dibuat tidak selalu rata. Variasi tersebut dikenal sebagai *plafond drop ceiling*. Plafon dibuat lebih tinggi dari yang lain.

Bahan plafon sangat banyak ragamnya, dari gypsum, triplek, kayu, metal, PVC, eternit atau asbes, GRC, sampai akustik. Plafon merupakan salah satu bagian rumah yang bertujuan untuk menghalangi kotoran, air dari atap masuk ke dalam rumah. Selain itu plafon juga dapat difungsikan untuk desain interior rumah. Berkat perkembangan teknologi, kini bermunculan jenis plafon yang baru yaitu plafon PVC. Plafon PVC merupakan salah satu jenis bahan material yang sudah dibuat sedemikian rupa khusus untuk pembuatan plafon. Berbeda dengan jenis plafon lainnya, bahan PVC ini lebih tahan terhadap air. Mengingat pemasangan plafon ini diatas yang sangat mudah terkena air ketika musim hujan. Bentuk dan motif plafon PVC ini beraneka ragam, sehingga anda tidak perlu membentuknya lagi. Berbeda dengan plafon gypsum jenis plafon PVC ini tidak perlu dilakukan pengecatan.

Tanjung Serupa adalah Kampung yang terletak di Kecamatan Pakuan Ratu Kabupaten Way Kanan Lampung. Kampung ini terdiri dari 4 Dusun, seperti Dusun Tanjung Sari, Tanjung Aman, Pringgondani dan Dusun Tanjung Serupa sendiri yg biasa disebut sebagai dusun Induk. Mayoritas penduduk di kampung ini berprofesi sebagai Petani perkebunan Karet dan Kelapa Sawit, Pesawahan, Buruh dan sisanya berdagang. Penduduk di kampung ini 65% beragama Islam, 27% beragama Hindu, sisanya beragama Kristen. Suku Jawa paling dominan di kampung ini, penduduknya mayoritas penutur bahasa Jawa.

Berdasarkan dari pembahasan di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "ANALISIS TINGKAT KEPUASAN

PELANGGAN PLAFON PVC Studi Kasus Desa Tanjung Serupa, Kec. Pakuan Ratu, Kab. Way Kanan”

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat diidentifikasi sebagai berikut

1. Rendahnya kualitas produk terlihat pada variasi tampilan plafon yang disajikan.
2. Rendahnya keterjangkauan harga terlihat pada kesesuaian harga yang diberikan dengan kualitas produk yang disajikan.
3. Rendahnya kualitas pelayanan terlihat pada daya tanggap yang diberikan saat pelayanan
4. Rendahnya empati pelayanan terlihat pada respon yang diberikan.
5. Tidak ada keistimewaan yang menonjol terhadap kualitas pelayanan.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

Bagaimana Tingkat Kepuasan Pelanggan Plafon PVC di Desa Tanjung Serupa dengan menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI)?

D. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah di atas maka tujuan dari penelitian ini adalah:

Untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan plafon PVC di Desa Tanjung Serupa.

E. Kegunaan Penelitian

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan dan pengetahuan, serta sebagai sumber acuan khususnya di bidang bisnis Plafon tentang

pengaruh Kualitas pemasangan, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan khususnya di desa Tanjung Serupa.

2. Secara Praktis

- a. Bagi peneliti, sebagai sarana untuk menambah wawasan mengenai masalah yang diteliti dengan berdasar pada kepuasan pelanggan yang telah diperoleh khususnya yang berkaitan dengan kualitas bahan atau produk, harga, dan kualitas pemasangan.
- b. Bagi perusahaan, diharapkan dapat memberikan manfaat dan masukan sebagai evaluasi yang dapat digunakan dalam merencanakan dan memilih pelanggan yang baik dan tepat khususnya dengan mempelajari kualitas bahan atau produk, harga, dan kualitas pemasangan.
- c. Bagi pihak luar, sebagai tambahan referensi untuk penelitian lebih lanjut tentang permasalahan kualitas bahan atau produk, harga, dan kualitas pemasangan.