

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Dalam dunia perdagangan, kepuasan pelanggan merupakan salah satu faktor terpenting yang menentukan keberhasilan usaha perdagangan perusahaan. Kepuasan pelanggan ditentukan oleh kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, sehingga kualitas pelayanan merupakan suatu keunggulan untuk bersaing.

Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengelolaan tingkat keunggulan ini untuk memenuhi keinginan pelanggan (Tjiptono, 2016:59). Pelayanan yang baik merupakan kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang dapat memuaskan pelanggan dengan standar yang diberikan. Sehingga untuk mencapai kepuasan pelanggan dalam hal kualitas pelayanan sangat memegang peran penting. Memberikan pelayanan yang baik kepada semua pelanggan sangat berpengaruh terhadap penjualan dan pembelian. Dengan besarnya pengaruh penjualan yang meningkat berdampak terhadap pembelian produk yang dijual perusahaan.

Upaya yang dilakukan perusahaan untuk mencapai kepuasan pelanggan dengan menjaga mutu atau kualitas produknya dengan cara menerapkan SOP untuk tahapan proses produksi. Kualitas produk merupakan karakteristik jasa atau produk yang mendukung kesanggupannya dalam memenuhi kebutuhan pelanggan (Kotler dan Armstrong, 2018:230). Hal ini bertujuan karena dengan kualitas yang baik maka hasil dari penilaian pelanggan pasti akan baik sehingga dapat mencapai kepuasan pelanggan. Bertambah baik suatu kualitas produk tersebut, maka semakin banyak pelanggan ingin membeli produk tersebut.

Selain kualitas produk, harga juga merupakan faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, harga merupakan faktor penting dalam penjualan. Pada umumnya dalam bisnis peranan harga sangat erat kaitannya dengan produk. Harga adalah lembaran uang yang digunakan untuk bertransaksi jual beli barang dan

jasa, dapat dikatakan sebagai instrumen untuk memperoleh kepemilikan dan manfaat dalam penggunaan barang dan jasa (Kotler, 2016:324). Harga dalam suatu produk dilihat dari standar kualitas produk yang dihasilkan perusahaan. Dalam hal ini, perusahaan harus menentukan harga sesuai dengan kualitas yang diberikan, karena harga suatu produk mempengaruhi persepsi konsumen mengenai produk tersebut.

Subjek dalam penelitian ini adalah PT Mutu Utama Panganindo produsen ayam potong *broiler*. Masalah yang terjadi di PT Mutu Utama Panganindo adalah kualitas produk yang masih tidak sesuai dengan konsumen, harga yang tidak sesuai dengan kualitas yang diberikan, serta kualitas pelayanan dalam berkomunikasi dengan konsumen, sehingga banyak konsumen merasa tidak puas terhadap produk di PT Mutu Utama Panganindo. Hal inilah yang menjadi dasar peneliti, melakukan penelitian untuk mengetahui kepuasan konsumen terhadap RPA PT. Mutu Utama Panganindo.

Penerapan harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diterapkan PT Mutu Utama Panganindo merupakan fokus utama dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat. Berdasarkan observasi dapat diketahui data penjualan PT Mutu Utama Panganindo selama 5 tahun terakhir (2018 – 2022). Hal ini dapat di lihat pada Tabel 1.1

Tabel 1. 1 Data Penjualan PT Mutu Utama Panganindo

Tahun	Penjualan	
	KG	Rupiah
2018	1.310.801,02	36.686.411.083
2019	2.982.710,17	57.967.111.219
2020	2.228.614,77	50.195.174.627
2021	1.739.615,60	47.484.499.665
2022	545.229,70	22.045.761.328
<b>Total</b>	<b>8.806.971,26</b>	<b>214.378.957.922</b>

Sumber : Data PT Mutu Utama Panganindo Tahun 2018 - 2022

Dari Tabel 1.1 dapat dilihat bahwa penjualan rata-rata ayam potong pertahun pada PT Mutu Utama Panganindo mengalami perubahan tiap tahunnya,

dengan penjualan tertinggi pada tahun 2019 yaitu 2.982.710,17 kg dan terendah terjadi pada tahun 2022 yaitu 545.229,70 kg. Faktor yang mempengaruhi penurunan penjualan dari tahun 2019 - 2022 adalah harga jual, karena harga produk tinggi maka permintaan rendah.

Harga daging ayam setiap harinya berubah-ubah sesuai dengan harga di pasaran pada umumnya, itu diperhitungkan pada awal pembibitan DOC (*Day Old Chick*) antara peternak dengan pedagang, karena harga yang dijual melewati beberapa tahapan dan perhitungan biaya, seperti biaya ongkos dan susut ayam pada saat diperjalanan. Perusahaan menetapkan harga jual berdasarkan berat badan ayam, harga pembelian ayam hidup dan spesifikasi ayam yang diinginkan konsumen.

Banyaknya keinginan mengenai kualifikasi ukuran ayam, potongan ayam, dan juga standar kualitas yang berbeda dimiliki oleh setiap pelanggan. Perusahaan selalu memperhatikan kualitas produk ayam melalui beberapa kali penyortiran sehingga dikategori "layak jual".

PT. Mutu Utama Panganindo merupakan rumah potong ayam yang memiliki SOP sendiri untuk proses produksinya sehingga hasil yang diperoleh memenuhi standar permintaan atau spesifikasi produk konsumen. Produk yang diproduksi oleh PT. Mutu Utama Panganindo memiliki standar kualitas produk untuk setiap produknya. Detail produk ayam tidak memar, warna tidak pucat. Spesifikasi produk parting disesuaikan dengan permintaan konsumen. Spesifikasi produk boneless yaitu tidak hancur, sedangkan spesifikasi by produk (produk sampingan) hati, jantung, kulit, leher dan ceker yaitu berwarna merah darah dan tidak hancur, sedangkan spesifikasi tulang, lemak, usus, dan bulu ayam tidak memiliki spesifikasi.

Kualitas daging ayam harus memenuhi standar terbaik yang selama ini diperlukan dan membutuhkan prosedur lebih ketat agar kualitas daging benar-benar sehat dan aman. Dalam hal ini PT Mutu Utama Panganindo sudah mempunyai sertifikasi BPOM, sertifikasi Halal dan NKV sampai adanya uji lab non mikroba yang selama ini dibutuhkan guna melihat bagaimana hasil dari pengelolaan dan pengolahan daging secara tepat. Kualitas daging ayam yang

diterima konsumen meliputi kualitas fisik ayam dan kualitas yang sesuai spesifikasi permintaan konsumen. Namun pada observasi awal ditemukan bahwa kualitas produk yang terkirim ke konsumen tidak memenuhi spesifikasi produk, sehingga menyebabkan beberapa konsumen mengembalikan produk ke perusahaan. Berikut data pengembalian barang konsumen ke PT Mutu Utama Panganindo per Januari - November 2022 bisa di lihat pada Tabel 1.2

Tabel 1.2 Data Keluhan Konsumen PT Mutu Utama Panganindo, Per Januari – November 2022.

No	Konsumen	Jumlah Produk Return	Keterangan
1	Dapur Solo	1.000 ekor (Karkas)	Potongan tidak sesuai (Kualitas produk)
2	Gildak	11.85 kg (Bonless dada)	Ukuran tidak sesuai (Kualitas produk)
3	Mangkokku		Telat pengiriman tidak ada informasi (Kualitas pelayanan)
4	Doner Kebab		Pengiriman minta lebih awal tidak bisa terpenuhi (Kualitas pelayanan)
5	Nanny"s Pavillon		Harga yang diberikan tidak sesuai produk (Harga)
6	Dapur Solo		Harga yang diberikan tidak sesuai produk (Harga)

*Sumber : Data PT Mutu Utama Panganindo*

Dari Tabel 1.2 dapat dilihat bahwa pada bulan Januari – November 2022 terjadi beberapa pengembalian barang ke perusahaan. Hal ini dikarenakan kondisi dari produk tersebut tidak sesuai spesifikasi pada saat proses pengecekan barang di konsumen.

Kualitas pelayanan yang terdapat di PT Mutu Utama Panganindo mendapatkan keluhan maupun kritikan baik melalui telepon ataupun saat datang ke kantor perusahaan. Beberapa faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan di

PT Mutu Utama Panganindo adalah permintaan customer pada saat jam pengiriman lebih awal tidak bisa dipenuhi sesuai permintaan customer, pada saat pengiriman barang datang ke customer telat kurang adanya informasi, permasalahan kurangnya produk yang tidak sesuai *pre order* (PO) customer dan kurangnya informasi harga terbaru ke customer.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka peneliti tertarik untuk mengambil judul “**Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada PT Mutu Utama Panganindo).**”

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraian di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT Mutu Utama Panganindo?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT Mutu Utama Panganindo?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT Mutu Utama Panganindo?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas tujuan dari penelitian sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada PT Mutu Utama Panganindo
2. Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Mutu Utama Panganindo
3. Mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada PT Mutu Utama Panganindo

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan tujuan penelitian di atas maka manfaat yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Penulisan skripsi bagi peneliti merupakan salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Manajemen pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) serta sebagai pengembangan wawasan tentang harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk perusahaan terhadap kepuasan pelanggan melalui penerapan ilmu manajemen pemasaran yang diperoleh selama bangku kuliah.

2. Bagi Perusahaan

Bahan evaluasi terhadap upaya-upaya yang telah ditempuh perusahaan. Sebagai bahan pertimbangan dalam menyusun strategi perusahaan untuk waktu yang datang khususnya dalam strategi meningkatkan kepuasan pelanggan.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat diharapkan menjadi referensi tambahan untuk menambah pengetahuan dan pemahaman studi mengenai kualitas pelayanan, harga dan kualitas produk.