

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan konsumen yang merasa puas. Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat antara lain pengaruh antara perusahaan dan konsumen menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas konsumen, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of-mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan. Beberapa pakar yang memberikan definisi mengenai kepuasan atau ketidakpuasan konsumen. Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen adalah respon konsumen terhadap evaluasi ketidaksesuaian (*disconfirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.

Secara definitif dapat dikatakan bahwa kepuasan konsumen menurut (Oliver) Fandy Tjiptono (2011:294) (dalam Susilo, 2016) adalah : “ Bahwa fitur produk atau jasa atau produk/jasa itu sendiri, memberikan tingkat pemenuhan berkaitan dengan konsumsi yang menyenangkan, termasuk tingkat *under fulfillment* dan *over-fulfillment*”. Seorang pelanggan, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi konsumen atau pelanggan dalam waktu yang lama.

Sedangkan menurut Kotler (2014:150) kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan.

Kepuasan konsumen pada kenyataannya memang sangat mempengaruhi kemungkinan bahwa mereka akan kembali lagi. Dalam penentuan produk yang diinginkan, konsumen sangat memperhatikan dan pelayanan atas produk maupun jasa yang ditawarkan. Konsumen akan merasa puas apabila produk yang mereka konsumsi memenuhi kualitas yang mereka harapkan, artinya pelanggan puas atau tidak puas bila telah membandingkan kinerja yang dirasakan dengan apa yang diharapkan.

Kepuasan konsumen telah menjadi titik sentral perhatian dalam bisnis dan manajemen. Salah satu kepuasan konsumen yang harus diperhatikan adalah kepuasan petani terhadap kualitas produk pupuk organik. Pupuk organik dapat memperbaiki struktur tanah, menaikkan daya serap terhadap air, menaikkan kondisi kehidupan di dalam tanah dan mengandung zat makanan tanaman. Kualitas produk memiliki peran penting dalam memenuhi kepuasan konsumen pupuk organik, dengan adanya kualitas produk yang baik maka akan timbul kepercayaan akan produk pupuk organik.

PT. Pupuk Kalimantan Timur sangat menjunjung tinggi terhadap kepuasan konsumen atau pelanggan. Insan pupuk Kaltim selalu berusaha memberikan pelayanan terbaik dan berkomitmen pada kepuasan pelanggan dengan menegakkan nilai-nilai perhatian dan komitmen, Guna menjaga loyalitas konsumen, kualitas produk serta peduli terhadap lingkungan dan memberi manfaat bagi masyarakat luas untuk keberlanjutan perusahaan dengan memperhatikan nilai-nilai peduli dan berkelanjutan. Menurut Fauzi DH (2018:199) fakta menunjukkan masuknya pupuk impor dari cina membuat industri pupuk sedikit terancam, terbukti dengan anjloknya harga urea di pasar dikarenakan harus bersaing dengan pupuk impor sejenis dari Cina. Di samping itu, terdapat kemungkinan dihapuskannya kebijakan pupuk subsidi (seperti yang dilansir oleh website www.beritasatu.com tahun 2017), direktur utama PT. Pupuk Indonesia mengatakan bahwa PT. Pupuk Indonesia akan lebih serius dalam menggarap pasar pupuk non subsidi di Indonesia karena tidak ada kepastian keberlangsungan penyelenggaraan pupuk bersubsidi dari pemerintah. PT. Pupuk Kaltim sendiri merespon anjloknya harga pupuk urea yang kalah bersaing dengan cara memfokuskan diri pada penjualan pupuk NPK. Namun, faktanya penjualan NPK dalam tahun 2014, 2015, 2016 juga banyak mengalami penurunan seperti yang tertera pada Tabel di bawah ini.

Tabel 1.1 Penjualan pupuk NPK non Subsidi

Tahun Penjualan NPK	(Ton)
2014	51,604.10
2015	17,311.50
2016	20,101.15

Sumber : Departemen Pemasaran Non PSO 2018

Oleh karena itu, penurunan yang terjadi dari tahun ke tahun meliputi kualitas produk, harga produk, serta kalahnya faktor persaingan lainnya. Hal tersebut membuat produk pupuk NPK menumpuk di gudang-gudang di daerah tertentu, karena kurangnya permintaan, sehingga kesulitan tersebut dapat berpengaruh pada Laba/Rugi PT. Pupuk Kalimantan Timur.

Dalam mempertahankan dan meningkatkan penjualan, perusahaan harus merancang strategi pemasaran yang efektif, meliputi upaya mencari konsumen baru dan mempertahankan konsumen yang sudah ada. Mempertahankan konsumen yang sudah ada merupakan suatu tugas yang tidak mudah, sebab perubahan dapat terjadi setiap saat, baik perubahan pada diri konsumen maupun perubahan kondisi lingkungan. Perusahaan perlu memonitor dan meningkatkan tingkat kepuasan konsumennya. Makin tinggi tingkat kepuasan konsumen, semakin besar kemungkinan konsumen untuk tetap setia pada perusahaan (Kotler dan Keller, 2009).

Berdasarkan uraian dan penjelasan di atas, penulis melakukan penelitian dan analisis terhadap pupuk npk non subsidi, mengenai kepuasan pelanggan terhadap produk tersebut di wilayah kab. Malang. Oleh karena itu, maka disusunlah hasil Tugas Akhir dengan judul **“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR KEPUASAN KONSUMEN LINI IV WILAYAH KABUPATEN MALANG PADA PUPUK NPK 16.16.16 NON SUBSIDI PT. PUPUK KALIMANTAN TIMUR”**.

1.2 Rumusan Masalah

Faktor apa saja yang membuat konsumen merasa puas akan produk pupuk NPK 16.16.16 Non Subsidi PT. Pupuk Kalimantan Timur di Kabupaten Malang?

1.3 Tujuan Penelitian

- Untuk mengetahui kepuasan konsumen dan mengenali kualitas produk pada Pupuk NpK Non subsidi.

1.4 Manfaat

1.4.1 Manfaat bagi Penulis

- a) Untuk menerapkan ilmu yang diperoleh dari bangku kuliah pada lingkungan kerja yang sebenarnya.
- b) Dengan melakukan Praktik Kerja Lapangan, mahasiswa dapat mengetahui dan mempersiapkan diri untuk dunia kerja yang akan dihadapi.
- c) Mengetahui secara langsung kegiatan pemasaran serta pelayanan yang diberikan pada konsumen oleh PT. Pupuk Kaltim Jawa Timur.

1.4.2 Manfaat bagi Almamater

- a) Melihat sejauh mana kesiapan mahasiswa dalam memasuki dunia kerja.
- b) Keberhasilan belajar dapat dilihat dari Praktek Kerja Lapangan yang dilakukan mahasiswa.
- c) Sebagai sarana untuk menghasilkan lulusan Ahli Madya yang memiliki kemampuan dan kualitas kerja yang baik.

1.4.3 Manfaat bagi Subjek PKL

Adanya Praktik Kerja Lapangan ini dapat memberikan masukan serta evaluasi dan pemikiran dari mahasiswa kepada pihak perusahaan PT. Pupuk Kaltim Jawa Timur.

1.4.4 Manfaat bagi Pembaca

- a) Laporan ini dapat dijadikan tambahan pembelajaran, wawasan, dan sumber referensi mengenai kepuasan konsumen pada pupuk npk non subsidi PT. Pupuk Kaltim Jawa Timur
- b) Untuk menambah informasi dan pengetahuan pada pembaca mengenai pelayanan prima yang baik pada perusahaan.