

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi saat ini perkembangan ilmu pengetahuan dan kemajuan teknologi membuat dunia industri semakin maju dan cepat berkembang. Salah satu Industri yang terus mengalami kemajuan di Indonesia ialah industri semen. PT Semen Indonesia (Persero) Tbk merupakan perusahaan BUMN (Badan Usaha Milik Negara) yang bergerak di bidang industri semen. Dengan bertambah pesatnya bisnis industri semen membuat semakin ketat pula persaingan antar industri dalam memperebutkan pelanggan, serta mempertahankan pangsa pasar yang ada. Perusahaan dituntut untuk terus meningkatkan dan mengembangkan kualitas produk agar mampu bersaing dalam dunia bisnis yang semakin kompetitif.

Perusahaan harus mampu membuat kualitas produk yang sangat baik demi menarik pelanggan untuk dapat terus menjalin hubungan yang baik antar pelanggan dan perusahaan. Mengingat semen merupakan suatu produk yang sangat dibutuhkan dalam pembangunan infrastruktur, oleh karena itu dibutuhkan semen yang berkualitas baik. Industri semen di Indonesia terus-menerus meningkatkan kualitas baik dari sisi produk, kapasitas produksi, pelayanan, dan pemasaran yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan agar pelanggan terpuaskan.

Banyak produk yang dihasilkan dengan berbagai macam jenis, mutu, serta bentuk, dimana keseluruhan tersebut ditujukan untuk menarik minat pelanggan, sehingga pelanggan cenderung akan melakukan aktivitas membeli produk tersebut. Usaha menciptakan dan mempertahankan pelanggan hendaknya menjadi tujuan utama bagi perusahaan. Secara nasional, Semen Gresik menguasai lebih dari 39% pangsa pasar semen, bahkan di beberapa kota telah menguasai hampir 80% pasar lokal. Tentu tidak semata-mata hanya karena kualitas produk yang baik, tetapi juga banyak upaya yang dilakukan sehingga banyak pelanggan yang puas bahkan merekomendasikan kepada orang lain, salah satu upaya yang dilakukan oleh PT. Semen Indonesia

(Persero) Tbk yaitu merangkul para tukang. Perusahaan semen ini menempatkan tenaga konstruksi sebagai mitra utama. Selain itu, sebagai salah satu strategi untuk mempertahankan *market share* dengan menjaga loyalitas pekerja konstruksi yang biasanya menjadi rujukan dalam memilih semen. Tenaga konstruksi atau biasa dipanggil tukang adalah pengguna langsung semen (*end user*), sehingga sangat menentukan kinerja penjualan perseroan.

Pekerja konstruksi memainkan peran sebagai pemberi pengaruh bagi pengguna jasa dalam berbelanja produk. Bisa dibayangkan, semakin banyak tukang yang terambil hatinya oleh Semen Gresik, maka akan semakin banyak tukang yang merekomendasikan kepada klien untuk menggunakan produknya. Seperti diketahui, klien akan mempercayakan material yang digunakan pada tukang yang berpengalaman. Oleh karena itu strategi pemasaran yang tepat dapat menarik pelanggan agar mau membeli produk yang dihasilkan perusahaan dan berupaya agar pelanggan dapat menjadi setia terhadap produk tersebut. Pengertian produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memuaskan suatu kebutuhan atau keinginan. Produk memiliki sifat dan karakteristik yang beragam tergantung seberapa besar kepuasan atau kebutuhan akan produk itu dalam kehidupan pelanggan sehingga pelanggan tertarik dan memutuskan untuk mengkonsumsi produk (Hermawan, 2012: 36). Kepuasan pelanggan telah menjadi titik sentral perhatian dalam bisnis dan manajemen. Salah satu kepuasan pelanggan yang harus diperhatikan yaitu pelanggan.

Definisi dari kualitas produk adalah mencerminkan kemampuan produk untuk menjalankan tugasnya yang mencakup daya tahan, kehandalan atau kemajuan, kekuatan, kemudahan dalam pengemasan dan reparasi produk dan ciri-ciri lainnya (Kotler dan Amstrong, 2010:15). Kualitas produk merupakan fokus utama dalam perusahaan, sedangkan kualitas sendiri merupakan salah satu kebijakan penting dalam meningkatkan daya saing produk yang dituntut harus memberi kepuasan kepada pelanggan sehingga dapat menjadi pembeda dari produk pesaing. Kualitas itu sendiri sering dianggap sebagai ukuran relatif keunggulan suatu produk atau jasa.

Dalam kaitannya dengan masalah pelanggan kualitas produk memiliki

beberapa dimensi pokok, tergantung pada konteksnya. Dalam kualitas produk ada beberapa dimensi utama yang digunakan, yaitu kinerja, daya tahan, kesesuaian dengan spesifikasi, keandalan, estetika, kualitas yang dipersepsikan, dan kemampuan pelayanan. Kualitas produk yang dirasakan oleh pelanggan akan menentukan suatu persepsi kinerja terhadap perusahaan dan akan berpengaruh pada kepuasan pelanggan. Menurut Kotler dalam Sunyoto (2013:35) Kepuasan Pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya. Pelanggan dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu kalau kinerja di bawah harapan pelanggan akan merasa kecewa tetapi jika kinerja sesuai dengan harapan pelanggan akan merasa puas dan apabila kinerja bisa melebihi harapan maka pelanggan akan merasakan sangat puas senang atau gembira.

Dalam hal ini pelanggan sebagai salah satu tolak ukur bagi produsen untuk melihat tingkat kualitas dari produk yang diproduksi, sehingga dibutuhkan kejelian dari produsen untuk melihat tingkat kepuasan pelanggan demi menjaga persaingan pasar dengan produsen lain.

Tabel 1.1 Pertumbuhan Jumlah Pelanggan Semen Gresik Tahun 2017 – 2019

BRAND	2019	2018	2017
OPC	4,999,020	5,673,435	5,139,374
PCC	10,806,314	6,834,805	47,855
PPC	8,578	3,265,009	10,466,531
PUTIH	23,401	27,946	23,619
Grand Total	15,837,314	15,801,195	15,677,379

Sumber : Semenindonesia.com

Suatu perusahaan tentu menginginkan kenaikan tingkat penjualan dari tahun ke tahun berikut ini merupakan data penjualan yang dimiliki PT. Semen Gresik. Dari data tersebut dinyatakan bahwa Semen Gresik tipe *Portland Composite Cement (PCC)* Selalu mengalami kenaikan tiap tahunnya pada **Tabel 1.1** diketahui tahun 2017 penjualan Semen PCC sebesar 47,855 dalam setahun, ditahun berikutnya penjualan Semen PCC mencapai 6,834,805 dalam setahun, dan pada tahun 2019 Semen PCC mengalami kenaikan penjualan yang sangat drastis mencapai angka 10,806,314 dalam setahun.

Dari data tersebut maka dapat digunakan sebagai tolak ukur seberapa perkembangan perusahaan itu mampu mengimprove produknya agar tetap mampu diterima dikalangan pelanggan, oleh karena itu peneliti melakukan studi penelitian kepuasan pelanggan di wilayah Kabupaten Lamongan ini untuk mengetahui apakah pelanggan sudah puas dengan kualitas produk yang dimiliki oleh Semen Gresik, dan sebagai salah satu alat perusahaan dalam mengembangkan produknya sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan dengan tujuan agar pelanggan puas terhadap kualitas produk Semen Gresik tipe *Portland Composite Cement (PCC)*. Sedikit saja penyimpangan, misalnya produk yang cacat dan pelayanan yang tidak sesuai dengan harapan, para pelanggan akan menilai buruk. Oleh karena itu PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk selalu berupaya agar pelanggannya tetap setia dengan memfokuskan hal tersebut agar mencapai harapan pelanggan merasa puas akan barang yang telah dibelinya. Dari penjelasan permasalahan diatas, maka penulis tertarik untuk mengangkat masalah tersebut dengan judul penelitian ini yaitu **“ANALISIS KUALITAS DAN KEPUASAN PELANGGAN PRODUK SEMEN GRESIK TIPE PORTLAND COMPOSITE CEMENT (PCC) : STUDI PELANGGAN WILAYAH KABUPATEN LAMONGAN”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang dikemukakan di atas, maka perumusan masalah yang akan diteliti, yaitu :

1. Bagaimana kualitas produk Semen Gresik menurut pelanggan ?
2. Seberapa puas pelanggan terhadap produk Semen Gresik ?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana kualitas produk Semen Gresik menurut pelanggan.
2. Untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk Semen Gresik

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Bagi Penulis

- Menerapkan dan mempraktikkan secara langsung mata kuliah yang sudah diajarkan selama berkuliah diprodi D3 Manajemen Pemasaran Universitas Airlangga.
- Melatih penulis untuk dapat menganalisis informasi yang didapat di lapangan dan mengolahnya menjadi sebuah informasi yang berguna bagi masyarakat.
- Mempersiapkan penulis sebagai langkah – langkah yang diperlukan untuk menyesuaikan diri dalam lingkungan kerja di masa yang akan datang.

1.4.2 Manfaat Bagi Pembaca

- Mengetahui bagaimana hubungan kualitas produk Semen Gresik terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk.
- Sebagai bahan referensi atau acuan bagi pembaca untuk menindak lanjuti analisis yang baru.
- Mendapat pengetahuan tentang hubungan kualitas produk Semen Gresik terhadap kepuasan pelanggan PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk.

1.4.3 Manfaat Bagi Almamater

- Mendapat beberapa studi kasus yang dapat digunakan sebagai contoh dalam dunia Pendidikan.
- Memberikan literatur yang bermanfaat bagi mahasiswa D3 Manajemen Pemasaran.
- Menghasilkan Ahli Madya yang handal dan memiliki kemampuan di bidangnya.
- Menjalinkan kerja sama antara Fakultas Vokasi Universitas Airlangga dengan PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk.

1.4.4 Manfaat Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dipergunakan sebagai masukan kepada pihak manajemen perusahaan dalam melaksanakan suatu strategi pemasaran produk secara tepat, dalam hal ini mengenai pengaruh kualitas terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk.

1.5 Jadwal Tugas Akhir

Kegiatan Praktik Kerja Lapangan berlangsung selama 45 hari kerja di PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk yang beralamat di Jalan Veteran Gresik 61122 Jawa Timur, Indonesia.

Berikut adalah kegiatan penulisan Tugas Akhir :

Tabel 1.2 Rencana Kegiatan Pelaksanaan Tugas Akhir di PT. SEMEN INDONESIA (Persero) Tbk. Jawa Timur, Indonesia pada bulan Februari – Maret 2020

Keterangan	Jan 2020				Feb 2020				Mar 2020				Apr 2020				Mei 2020				Jun 2020			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Pengajuan proposal PKL kepada PT. SemeIndonesia (Persero) Tbk.	■																							
Permohonan izin PKL diterima di PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk.			■																					
Pelaksanaan PKL di PT. Semen Indonesia					■	■	■	■	■	■	■	■												
Penentuan Dosen Pembimbing			■																					
Menentukan Judul dan Topik Tugas Akhir				■																				
Bimbingan dengan Dosen Pembimbing					■	■			■	■														
Pengerjaan Laporan Tugas Akhir					■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Sidang Tugas Akhir																							■	

Sumber : Pengolahan Data 2020