

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Peran pelanggan sangat berpengaruh terhadap suatu produk/jasa yang nantinya juga berdampak pada pola perilaku selanjutnya. Salah satunya peran pelanggan yaitu terhadap kepuasan dan ketidakpuasan pada suatu produk/ jasa. Kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan biasanya dapat terlihat setelah terjadinya proses pembelian. Ketika pelanggan merasa puas akan produk/jasa, pelanggan akan berkemungkinan untuk kembali membeli produk/ jasa yang sama. Pelanggan yang puas berkemungkinan memberikan referensi dan rekomendasi terhadap produk kepada orang lain karena merasa mampu memenuhi kepuasan keinginan mereka.

Namun hal tersebut tidak akan terjadi ketika pelanggan merasa tidak puas atas suatu produk/ jasa. Pelanggan yang tidak puas akan lebih memilih untuk mencari referensi dan rekomendasi dari penyedia produk atau jasa lain, dan kemudian membeli dan menggunakan produk atau jasa baru tersebut. Hal tersebut dilakukan karena rasa tidak puas terhadap produk/jasa yang dulu digunakannya sehingga beralih menggunakan produk/jasa baru yang dianggap lebih mampu memenuhi kepuasan keinginan mereka. Pelanggan yang tidak puas juga berkemungkinan memberikan *review* buruk dan tidak merekomendasikan produk atau jasa yang dianggapnya tidak mampu memenuhi kepuasan mereka kepada orang-orang disekitarnya. Proses itu akan terus berulang sampai konsumen merasa terpuaskan atas keputusan pembelian produknya.

Faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketetapan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2015). Faktor lain yang mempengaruhi kepuasan

konsumen adalah kualitas pelayanan. Salah satu cara memenangkan persaingan adalah perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada para konsumennya, misalnya dengan memberikan produk yang mutunya lebih baik, harganya lebih murah, dan pelayanan yang lebih baik dari pada pesaingnya akan menyebabkan konsumen menjadi lebih puas (Nugroho dan Priarta, 2016) Kualitas pelayanan merupakan suatu fenomena yang unik, sebab dimensi dan indikatornya dapat berbeda diantara orang-orang yang terlibat dalam pelayanan. Menurut Azwar untuk mengatasi perbedaan diatas seharusnya yang dipakai sebagai pedoman adalah hakikat dasar dari kualitas pelayanan menunjuk pada tingkat kesempurnaan pelayanan dalam memenuhi kebutuhan dan tuntutan setiap konsumen. Azwar juga menjelaskan bahwa terpenuhi tidaknya kebutuhan dan tuntutan pemakai jasa pelayanan. Dengan demikian, yang dimaksud dengan kualitas pelayanan adalah yang menunjukkan pada tingkat kesempurnaan pelayanan dalam menimbulkan rasa puas pada diri setiap konsumen. Kepuasan bisa diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai (Tjiptono, 2016), sedangkan Kotler (2016) mendefinisikan kepuasan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang dialami setelah membandingkan antara persepsi kinerja atau hasil suatu produk dengan harapan-harapannya.

Istilah *service recovery* adalah bagaimana suatu service provider dalam melakukan perbaikan layanan terhadap pelayanan yang gagal atau yang sudah terjadi. Apabila pelanggan ada yang tidak puas, kemudian ketidakpuasan itu dibiarkan terus-menerus oleh suatu perusahaan, maka resiko terbesar perusahaan tersebut telah menanti di masa yang akan datang. Perlu adanya semacam strategi *service recovery* untuk memulihkan kepercayaan dan komitmen pelanggan, sehingga pelanggan dapat kembali meyakini bahwa perusahaan tersebut mampu memberikan pelayanan yang baik yang sesuai dengan harapannya. Pemulihan jasa merupakan salah satu tindakan yang bertujuan untuk meningkatkan kepuasan, loyalitas, dan retensi pelanggan (Kotler dan Keller, 2016).

PT Kunango Jantan merupakan kelompok usaha yang bergerak dalam penyediaan, pemrosesan, dan distribusi material baja dan beton siap pakai untuk industri konstruksi, kelistrikan, pertambangan, telekomunikasi, dan perhubungan. Kunango Jantan Grup beroperasi di dua lokasi utama, Padang dan Pekanbaru dimana setiap anak perusahaan memilikifasilitas produksi sendiri dan Grup juga memiliki pusat R&D diPadang. Perusahaan ini berfokus pada produk yang berkaitan dengan bahan baku besi atau baja dengan produk yang dihasilkan antara lain *steel pipe*, *steel plate*, *Galvanize Pipe*, *Guardrail*, *Tower*, *Workshop*, Tiang tinggi (*high mast*) dan Tiang PJU (PT Kunango Jantan, 2019). Produk tersebut dikerjakan dengan standar yang tinggi mengikuti ketentuan pemerintah dan standar internasional yang mengatur tentang produksi besi dan baja yaitu dengan menerapkan SNI 0068-2013, SNI 0039-2013, JIS G3452 dan ASTM (PT Kunango Jantan, 2019).

Pengolahan baja dan beton yang dilakukan di PT. Kunango Jantan Group melalui berbagai proses, yang dilakukan dengan sesuai dengan tahapan yang sangat kompleks. Proses tersebut berupa pekerjaan pengelasan, pekerjaan penggerindaan, pemotongan plat, proses *forming* plat menjadi pipa, *sand blasting*, proses pres, *stone crusher*, alat angkut seperti *forklift* dan proses yang lainnya. Hasil dari proses tersebut nantinya akan menghasilkan produksi yang bernilai ekonomis. Seluruh proses produksi baja dan beton yang dilakukan oleh pabrik yang berbeda namun masih berada di bawah PT Kunago Jantan Group pabrik diantaranya; Tiga Pilar Sakato, Pabrik Kunango Jantan Concrete, pabrik Karya Empat Pilar, dan *workshop* Kunango Jantan.

PT Kunango Jantan berkomitmen untuk menghasilkan produk yang berkualitas sehingga mampu memberikan jaminan kepada konsumennya. Konsumen perusahaan ada 2 tipe, yaitu perusahaan dan individu. Pengertian perusahaan menurut Molengraaff (2015) adalah keseluruhan perbuatan yang dilakukan secara terus-menerus, untuk memperoleh penghasilan, bertindak keluar, dengan cara memperdagangkan, menyerahkan atau

mengadakan perjanjian-perjanjian perdagangan. Sedangkan individu adalah makhluk hidup ciptaan Tuhan yang di dalam dirinya itu dilengkapi oleh kelengkapan hidup yang meliputi raga, ras, sera rukun. Individu itu merupakan unit terkecil pembentuk masyarakat. Soediman Kartohadiprojo (2016). Disamping memberikan jaminan produk berkualitas, PT Kunango Jantan juga memberikan pelayanan yang baik kepada konsumennya. Dimana perwakilan perusahaan atau individu yang menjadi konsumen dijamu secara khusus oleh perusahaan dan diberikan penjelasan yang sangat rinci tentang produk yang akan dipesannya. Kualitas pelayanan ini menjadi standar perusahaan dalam memanjakan konsumennya agar konsumen merasa dihargai dan akan meningkatkan kepercayaan konsumen kepada perusahaan. Kepercayaan konsumen tersebut dapat digambarkan dengan banyaknya perusahaan kontraktor besar yang menjadi konsumen tetap PT Kunango Jantan seperti PT. Waskita Karya yang mempercayakan PT Kunango Jantan sebagai pemasok bahan untuk proyek Gor Batang Hari dan Mall & Hotel Jl. Riau (PT Kunango Jantan, 2019)

Penjualan PT Kunango Jantan Steel naik dari Rp 45,5 Milyar ditahun 2010 menjadi Rp 225,3 Milyar pada 2014 dengan tingkat profitability stabil di level 16% - 19% . Tetapi satu tahun belakangan ini PT. Kunango Jantan mengalami penurunan penjualan dimana pada tahun 2018 penjuilan sebesar Rp. 493,228,105,923 menurun pada tahun 2019 menjadi Rp. 323,631,210,899.

Penyebab turunnya penjualan PT Kunango Jantan dalam satu tahun belakangan ini terdapat beberapa masalah yang terjadi diantaranya adalah pelayanan kepada konsumen kecil yang sering di anak tirikan dibandingkan dengan konsumen besar. Perbedaan ini menimbulkan ketidaksenangan bagi konsumen kecil yang tidak dilayani dengan baik sehingga banyak yang lari ke produsen lain. Selain itu, keluhan mengenai kualitas barang yang terkadang tidak sesuai dengan pesanan membuat keluhan pelanggan semakin memburuk. Keluhan ini biasanya terjadi pada pelanggan kecil yang memesan produk dalam

jumlah kecil sehingga perbedaan kualitas produk berdampak pada jalannya usaha pelanggan kecil terhambat. Bagi pelanggan besar, perbedaan kualitas produk ini tidak terlalu berdampak pada kegiatan usahanya karena pelanggan besar mendapatkan prioritas oleh PT Kunango Jantan.

PT Kunango Jantan dalam melakukan aktivitasnya juga sangat memerhatikan kepuasan terhadap palanggannya, dengan lebih mendengar keluhan dan komplain dari pelanggannya. Dalam mengatasi keluhan dan komplain pelanggannya PT Kunango Jantan menerapkan program *service recovery* sebagai sarana untuk mengatasi keluhan dan komplain dari pelanggannya. Dalam penerapannya *service recovery* di PT Kunango Jantan memiliki perbedaan pada setiap keluhan dan komplain dari pelanggan satu dengan pelanggan lainnya. Kebijakan yang di ambil PT Kunango Jantan tergantung dari komplain dan keluhan yang di laporkan oleh setiap pelanggan. Maka dari itu penulis ingin melakukan penelitian terhadap bagaimana penanganan *service recovery* di PT Kunango Jantan Untuk lebih spesifiknya penulis mengangkat judul “Penerapan *service recovery* terhadap komplain pelanggan atas keterlambatan pengiriman produk baja pada PT Kunango Jantan.”

I.2 Rumusan Masalah

Bagaimana penerapan penerapan *service recovery* terhadap komplain pelanggan atas keterlambatan pengiriman produk pada PT Kunango Jantan.

1.3 Tujuan Kegiatan Magang

Mengetahui bagaimana penerapan *service recovery* terhadap komplain pelanggan atas keterlambatan pengiriman produk pada PT Kunango Jantan.

1.4 Manfaat Kegiatan Magang

1.4.1 Manfaat akademis

Secara akademis hasil penelitian ini diharapkan bisa menambah wawasan dan ilmu pengetahuan pembaca tentang *service recovery* terhadap keluhan pelanggan atas keterlambatan pengiriman produk pada PT Kunango Jantan.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini berfungsi sebagai masukan bagi PT Kunango Jantan dalam penanganan keluhan pelanggan melalui *service recovery* dan kebijakan yang akan diambil PT Kunango Jantan dalam menangani keluhan pelanggan.

1.5 Metode Magang

Untuk dapat menyelesaikan penelitian ini penulis akan melakukan observasi dan wawancara tentang bagaimana PT Kunango Jantan menangani keluhan pelanggan melalui *service recovery* nya

1.6 Tempat dan Waktu Magang

Penelitian ini penulis mengambil tempat magang di PT Kunango Jantan. Untuk pelaksanaan atau waktu kegiatan magang ini akan berlangsung selama 40 hari kerja yang telah menjadi ketentuan dari pihak akademik. Dari tanggal 5 maret 2021 sampai 5 mei 2021

1.7 Ruang Lingkup Pembahasan

Dalam penulisan ini penulis membatasi pembahasan yang berhubungan dengan *service recovery* PT Kunango Jantan

1.8 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan pada tugas akhir ini adalah sebagai berikut :

BAB 1 PENDAHULUAN

Pada bagian ini berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, metode penelitian serta sistematika penelitian.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Pada bagian ini berisi tentang konsep dan teori terkait dengan judul penelitian yang dilakukan penulis. Pada bab ini dijelaskan variabel - variabel tentang konsep dan teori dari sudut pandang konseptual.

BAB 3 GAMBARAN UMUM PT KUNANGO JANTAN

Pada bagian ini penulis menjelaskan gambaran umum PT Kunango Jantan meliputi sejarah singkat, struktur organisasi dan ruang lingkup kegiatan PT Kunango Jantan.

BAB 4 PEMBAHASAN

Pada bagian ini berisi pembahasan mengenai penerapan *service recovery* pada keluhan pelanggan PT Kunango Jantan terhadap keterlambatan pengiriman produk baja.

BAB 5 PENUTUP

Merupakan bab penutup yang memberikan suatu kesimpulan dan saran - saran yang di harapkan bermanfaat bagi pihak yang berkepentingan pada PT Kunango Jantan.