

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada era globalisasi, produk atau jasa yang bersaing dalam satu pasar semakin banyak dan beragam akibat keterbukaan pasar. Sehingga terjadilah persaingan antar produsen untuk dapat memenuhi kebutuhan pelanggan dengan cara memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan sebaik-baiknya.

Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik di dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para pelanggannya. Setelah pelanggan merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, pelanggan akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila pelanggan merasa benar-benar puas, mereka akan membeli ulang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama. Oleh karena itu perusahaan harus memulai memikirkan pentingnya pelayanan pelanggan secara lebih matang melalui kualitas pelayanan, karena kini semakin disadari bahwa pelayanan dalam kepuasan pelanggan merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan (Tjiptono, 2004:145).

Bersamaan dengan adanya perubahan lingkungan yang terjadi dan

adanya perubahan perilaku manusia, dan aktivitas manusia yang semakin padat setiap harinya, maka semakin mendorong bertambahnya permintaan akan kebutuhan tambahan (Sekunder) merupakan jenis kebutuhan yang muncul karena ada tuntutan sosial yang berguna sebagai pelengkap kebutuhan pokok. Misalnya sepatu/sandal untuk melengkapi kebutuhan akan pakaian.

Sandal merupakan barang yang sekarang ini sudah menjadi gaya hidup masyarakat. Masyarakat sering berganti-ganti sandal, karena model nya yang bermacam-macam dan ada pula yang unik, maka sandalpun semakin laris manis dipasaran. Bahkan ada yang beberapa orang yang suka mengoleksi sandal. Sandal digemari oleh semua kalangan masyarakat dan dari umur berapapun, baik pria maupun wanita. Dengan memakai sandal membuat penampilan menjadi lebih gaya.

Oleh karena itu usaha pembuatan dan penjualan sandal ini mungkin memang sangat cukup menguntungkan. Apalagi jika kita bisa memodifikasi atau membuat produk sandal kita menjadi lebih unik dan kreatif. Tentunya akan semakin banyak masyarakat yang melirik produk sandal. Salah satu dari kreatifitas itu adalah dengan membuat sandal karakter. Sandal karakter merupakan inovasi baru dalam industri sandal.

Sancu Creative Indonesia (SCI) dengan kantor pusat di Jakarta dan

pabrik di Sidoarjo adalah perusahaan yang memproduksi sandal karakter dengan merek SANCU, yaitu sandal atau alas kaki yang sudah sangat dekat dengan keseharian kita. Bentuk sandal yang monoton diubah dengan ragam karakter dari tokoh film kartun dan hewan. SCI juga terus berinovasi sampai saat ini selain sandal karakter, juga memproduksi sandal boneka lucu (Boncu), sandal outdoor pria (Xtreme), maupun sandal wanita dewasa (Pretty).

Sancu Creative Indonesia mempunyai pelanggan yang tersebar diseluruh wilayah Indonesia, SCI menetapkan pelanggan tetapnya dengan sebutan agen dengan peraturan satu wilayah hanya ada satu agen. Adapun agen yang aktif saat ini sekitar 80 agen yang berada di wilayah pulau sumatera sebanyak 10 agen, pulau jawa sebanyak 63 agen, pulau kalimantan sebanyak 2 agen, pulau sulawesi sebanyak 3 agen, lombok 1 agen dan bali 1 agen. Sistem pendistribusian barang dengan menggunakan ekspedisi dari pabrik sidoarjo ke masing-masing alamat agen tersebut.

Tujuan SCI menggunakan sistem keagenan agar jaringan penjualannya berantai dimana agen tersebut mempunyai reseller untuk menjualnya langsung kepada eceran atau pemakai langsung. Sehingga memperluas wilayah pasarnya hingga terjangkau oleh seluruh masyarakat.

Permasalahan yang terjadi adalah mengenai jarak yang jauh

dimana antara kantor pusat Jakarta dengan pabrik SCI yang berada di Sidoarjo. Hal tersebut merupakan salah satu kendala dimana harus adanya komunikasi yang intens antara Admin di Jakarta dengan Kepala Bagian maupun karyawan di Sidoarjo agar data sesuai dan berkesinambungan sesuai dengan permintaan agen dimana kantor pusat Jakarta menerima data dari agen, mengolahnya dan mengirim data yang pasti ke Surabaya lalu dari Surabaya dilakukan packing sesuai pesanan dan selanjutnya pengiriman sesuai alamat agen, namun demikian masih terdapat kesalahan sehingga masih ditemukan ketidaksesuaian data.

Sancu Creative Indonesia merupakan salah satu perusahaan yang menginginkan produknya bisa menjadi pemimpin pasar (*market leader*) di pasar Indonesia sesuai dengan visi perusahaan yaitu menjadi pemimpin pasar sandal karakter di Indonesia dengan memproduksi sandal karakter dengan kualitas dan pelayanan yang melebihi harapan konsumen.

Faktor lain yang juga akan mempengaruhi adalah distribusi yakni bagaimana barang dari pabrik sampai ke konsumen dengan mudah dan aman. Distribusi merupakan suatu kegiatan yang mesti dilakukan oleh setiap perusahaan dalam rangka untuk menyebarkan dan menjamin persediaan produk di pasar sehingga masyarakat memperoleh kemudahan dalam upaya mencari dan mendapatkan

produk yang diharapkan untuk memenuhi sebagian kebutuhan hidup mereka. Penentuan saluran distribusi sebagai salah satu unsur daripada bauran distribusi dianggap sebagai salah satu kegiatan kritis yang dihadapi manajemen karena dapat mempengaruhi seluruh keputusan-keputusan pemasaran lainnya, seperti keputusan mengenai produk, harga, promosi, dan lain-lainnya. Disamping itu pemilihan saluran distribusi akan menyangkut keputusan-keputusan mengenai penggunaan penyalur atau perantara pemasaran seperti grosir, agen, makelar, pengecer dan jenis penyalur lainnya serta bagaimana untuk menjalin hubungan yang baik dan saling menguntungkan dengan para perantara atau penyalur tersebut dalam jangka waktu yang panjang.

Dengan adanya saluran distribusi yang baik maka penyebaran produk serta jangkauan kedaerah pemasaran semakin luas. Dengan semakin baiknya saluran distribusi yang digunakan oleh produsen terhadap konsumen, maka akan semakin banyak konsumen yang dapat direbut.

Permasalahan selanjutnya penyebaran Agen Sancu di Indonesia belum merata dimana pulau papua belum terdapat agen disana dan pulau sulawesi hanya ada 3 agen. Ini merupakan hal yang perlu diperhatikan bagi Manajemen SCI untuk terus mengembangkan saluran distribusinya ke seluruh wilayah Indonesia agar semua wilayah di Indonesia terjangkau akan produk dari SCI ini.

Di dalam dunia perdagangan, kepuasan pelanggan merupakan salah satu faktor penting yang akan menentukan kesuksesan usaha perdagangan seseorang. Kepuasan pelanggan yang dimaksud adalah kemudahan yang ditawarkan produsen kepada pelanggan. Kemudahan-kemudahan yang mungkin ditawarkan oleh produsen, kemudahan dalam bertransaksi, kemudahan dalam berkomunikasi produsen.

Faktanya dilapangan masih banyak terjadi beberapa permasalahan, misalnya pengiriman barang kepada agen seharusnya diterima tepat waktu sesuai dengan estimasi pengiriman dan barang diterima dengan baik tanpa adanya kerusakan. Namun masih ditemukan keluhan dari agen terkadang barang sampai tidak tepat waktu, masih ditemukan ada kerusakan saat penerimaan karena ekspedisi, barang kurang atau pun kondisi barang kurang lengkap (*uncomplete set*) disini pelayanan dari admin adalah hal yang terpenting guna membantu para agen untuk memberikan informasi terkait hal tersebut demi tercapainya kepuasan bagi agen.

Dari Latar belakang sebagai mana di uraikan di atas, maka peneliti tertarik untuk membahas masalah tersebut dengan judul skripsi :
“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Saluran Distribusi terhadap Kepuasan Pelanggan di Sancu Creative Indonesia”.

B. Identifikasi Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan penulis mengidentifikasi masalah penelitian sebagai berikut :

1. Jarak yang jauh antara kantor pusat di Jakarta dengan pabrik di Sidoarjo.
2. Masih terdapat kesalahan antara admin di kantor pusat dengan kepala bagian di Sidoarjo sehingga masih ditemukan ketidaksesuaian data.
3. Belum meratanya jumlah agen yang menjadi perwakilan di seluruh Indonesia.
4. Masih adanya keluhan dari Agen SCI seperti pengiriman tidak tepat waktu, kerusakan saat penerimaan karena ekspedisi dan barang kurang lengkap (*uncomplete set*).

C. Pembatasan Masalah Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah maka tidak semua diidentifikasi atau diteliti, oleh karena itu masalah penelitian akan dibatasi pada :

1. Kualitas Pelayanan
2. Saluran Distribusi
3. Kepuasan Pelanggan

D. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah, identifikasi masalah dan pembatasan masalah maka rumusan masalah penelitian ini adalah :

1. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Sancu Creative Indonesia?
2. Apakah ada pengaruh saluran distribusi terhadap kepuasan pelanggan Sancu Creative Indonesia?
3. Apakah ada pengaruh secara bersamaan antara kualitas pelayanan dan saluran distribusi terhadap kepuasan pelanggan Sancu Creative Indonesia?

E. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui & menganalisis Kualitas Pelayanan dan Saluran Distribusi terhadap Kepuasan Pelanggan.

F. Manfaat Penelitian :

Kegunaan dari penelitian ini dibagi menjadi dua, yaitu kegunaan secara umum dan kegunaan secara khusus, manfaat cara khusus dibagi menjadi dua yaitu manfaat bagi penulis dan manfaat bagi peneliti

:

1. Kegunaan Secara Umum :

Untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Saluran Distribusi terhadap Kepuasan Pelanggan di Sancu Creative Indonesia.

2. Kegunaan Secara Khusus :

a. Bagi Peneliti

- 1) Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis (S.os) pada Fakultas Ilmu Administrasi Respati Indonesia.
- 2) Menerapkan ilmu pengetahuan peneliti selama belajar di Fakultas Ilmu Administrasi Respati Indonesia.
- 3) Bagi Manajemen (Perusahaan) dapat dipergunakan sebagai dasar untuk meningkatkan Kualitas Pelayanan dan Saluran Distribusinya untuk kepuasan pelanggan.
- 4) Bagi perkembangan ilmu pengetahuan, diharapkan dapat memperkaya hasanah penelitian ilmiah dan juga merupakan langkah awal dalam pengembangan penelitian yang lebih mendalam dan sempurna.
- 5) Bagi kampus URINDO dapat dijadikan bahan referensi dan bacaan yang bermanfaat bagi kalangan akademi.