

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Persaingan dalam dunia bisnis diseluruh dunia semakin tinggi dan semakin ketat terlebih khusus di Indonesia, karena setiap perusahaan senantiasa berusaha untuk mendapatkan pangsa pasar yang setiap harinya diharapkan akan selalu bertumbuh. Perusahaan harus dapat menentukan strategi pemasaran yang tepat agar usahanya dapat bertahan dan memenangi persaingan sekaligus apa yang menjadi tujuan dari perusahaan bisa tercapai. Semakin tingginya persaingan dalam dunia bisnis menjadi indikator bahwa tingkat pertumbuhan penduduk dan tingkat perkembangan pembangunan semakin pesat dan dibalik pertumbuhan pembangunan terdapat sebuah peluang usaha yang sangat menjanjikan. Peluang ini adalah bisnis jasa pengendali hama atau pest control.

Pest control berasal dari dua kata dalam bahasa Inggris yaitu *pest* dan *control*. *Pest* berarti hama sedangkan *control* berarti pengendalian. Jadi *pest control* berarti pengendalian hama bukan pembasmian hama. Pemilihan kata *control* juga hendak menunjukkan bahwa hama pada dasarnya tidak dapat dibasmi karena merupakan satu kesatuan ekosistem lingkungan hidup.

Beberapa serangga memang bersifat mengganggu dan ada yang cenderung merusak. Hama yang mengganggu tersebut antara lain adalah kecoa, lalat, nyamuk, dan lainnya. Sedangkan hama yang selain bersifat mengganggu juga cenderung merusak. Hama atau serangga ini antara lain: Tikus, yang selain mengganggu juga bersifat merusak karena sifatnya yang suka mengerat, juga rayap yang merupakan hama paling berbahaya bagi bangunan. Dimana jika tempat tinggal kita sudah terhinggapi rayap maka akan sulit sekali untuk memberantasnya. Dengan banyaknya permasalahan hama tersebut, maka dibutuhkanlah sebuah jasa yang khusus untuk menangani masalah hama tersebut, dan jasa tersebut adalah jasa pest control. Seorang yang terjun di bidang Jasa pest control tidaklah sembarangan, mereka harus bersertifikat, harus terlatih dan harus mengetahui tingkah laku hama yang akan di kendalikan.

Pest control juga membatasi jenis hama yang dikendalikan yaitu hanya hama perkotaan (urban pest) bukan hama pertanian atau perkebunan. Hal ini penting untuk membedakan dengan crop protection (perlindungan tanaman) yang merupakan istilah untuk pengendalian hama pertanian atau perkebunan. Hama yang umumnya ditangani dalam pest control adalah serangga terbang (nyamuk dan lalat), serangga merangkak (semut dan kecoa), tikus, rayap, hama gudang (kumbang, kutu, ngengat dan ulat) dan hama

khusus (laba-laba, kaki seribu, kelabang, cecak, tokek, ular, kelelawar, musang, anjing, kucing dan burung).

Tindakan pengendalian yang biasanya dilakukan oleh praktisi bisnis pest control adalah penyemprotan (spraying), pengembunan (misting), pengumpanan (baiting), pemberian bubuk (dusting), serta penggasan (fumigation). Tindakan pengendalian juga melibatkan penggunaan bahan kimia beracun (pestisida) sehingga hal ini menyebabkan tidak sembarang orang dapat melakukan kegiatan pest control. Hanya orang terlatih dan terdaftar yang dapat mengaplikasikan pestisida dengan cara dan dosis yang benar pada waktu yang tepat.

Pest control bertujuan untuk membuat kehidupan nyaman dan sehat manusia di area perkotaan, terhindar dari gangguan hama dan resiko penyakit maupun kerugian ekonomi yang ditimbulkan oleh hama tertentu. Secara singkat sering juga disebutkan bahwa tujuan pest control adalah ketenangan pikiran (*peace of mind*) manusia yang tinggal di area perkotaan. Masyarakat yang semakin terdidik dan sadar lingkungan ditunjang oleh kemajuan hidup di berbagai bidang akan semakin membutuhkan *pest control* agar kehidupan dapat dinikmati seutuhnya. Dalam masyarakat yang demikian *pest control* bukan lagi sekedar membunuh atau mengusir hama tetapi mencegah hama melalui serangkaian kebiasaan baik (*good practices*) dan bertanggung jawab oleh setiap orang saat melakukan

berbagai aktivitasnya sehari-hari. Dengan demikian penggunaan pestisida akan semakin berkurang bahkan tidak diperlukan lagi. Pelanggan *pest control* umumnya dikategorikan dalam tiga kelompok yaitu perumahan, industri (pabrik dan gudang) serta komersial (*office building, apartment, hotel, restaurant, café, mall, education institutions, health centers, and leisure centers*). *Pest control* bertujuan untuk membuat kehidupan nyaman dan sehat manusia di area perkotaan, terhindar dari gangguan hama dan resiko penyakit maupun kerugian ekonomi yang ditimbulkan oleh hama tertentu. Peluang tersebut dilihat para pembisnis untuk mendirikan perusahaan *pest control* sehingga akan memperketat persaingan industri *pest control*.

Sebagai objek penelitian adalah perusahaan PT Agricon Putra Citra Optima (Terminix Cabang Pasar Minggu). PT Agricon Putra Citra Optima adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang pelayanan jasa pengendalian hama. Berdiri sejak 1927 di Amerika Serikat, Terminix adalah pelopor usaha pengendalian rayap di dunia. Terminix kemudian tumbuh menjadi salah satu perusahaan pengendalian hama terbesar di dunia, dengan lebih dari 2.8 juta pelanggan di 22 negara dunia. Pada Tahun 1995, PT Agricon Putra Citra Optima membeli waralaba Terminix, kemudian pada Desember 2002 berdirilah PT. Agricon Putra Citra Optima (APCO)

dan sampai saat ini Terminix Indonesia sudah memiliki 33 Cabang yang tersebar di seluruh Indonesia.

Peningkatan fasilitas serta pelayanan merupakan salah satu faktor penting untuk mendapatkan kepercayaan pelanggan. PT Agricon Putra Citra Optima banyak memberikan inovasi untuk memberikan pelayanan yang berbeda yang diharapkan mampu menarik perhatian pelanggan dan memberikan kepuasan kepada pelanggan. Visi dari PT Agricon Putra Citra Optima yaitu menjadi perusahaan pengendalian hama terpadang di asiapasifik, dengan Misi melindungi anda dan keluarga anda dari hama.

Salah satu promosi yang di lakukan PT Agricon Putra Citra Optima adalah dengan menyebarkan brosur, mengikuti pameran, pemasangan iklan dan spanduk dengan harapan agar dapat memperkenalkan Jasa Terminix ke pelanggan. Promosi merupakan bentuk komunikasi yang kompleks yang beroperasi untuk mengejar tujuan dan menggunakan strategi untuk mempengaruhi pikiran, perasaan, dan tindakan pelanggan. Pengaruh dari promosi serta kualitas pelayanan yang di berikan Terminix yang membuat pelanggan bertambah sehingga berpengaruh terhadap omset penjualan Terminix. Dengan pelanggan yang banyak serta menjadi daya tarik untuk pelanggan yang lama menjadi pelanggan tetap dan setia Terminix, maka dari itu merupakan salah satu penilaian

terhadap kepuasan pelanggan dengan standard kenyamanan bagi pelanggan tersebut.

Kepuasan pelanggan tidak ada batasnya sehingga pelayanan yang sesuai dengan standart yang diterapkan pun sering kali kurang di mata pelanggan, keluhan terjadi saat pelanggan kurang puas terhadap pelayanan yang diberikan sehingga dari keluhan dan saran yang di tulis pelanggan itu menjadi salah satu evaluasi dalam meningkatkan kualitas pelayanan. Berdasarkan pada latar belakang yang telah diuraikan diatas yaitu

“Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT Agricon Putra Citra Optima (Terminix Cabang Pasar Minggu)”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut diatas, maka dapat di identifikasikan permasalahan sebagai berikut :

1. Promosi yang masih belum efektif
2. Kualitas pelayanan yang belum maksimal ke pelanggan
3. Terkadang pegawai masih kurang detail dalam memberikan informasi kepada pelanggan
4. Pelayanan yang belum sesuai dengan harapan pelanggan
5. Kurang mengetahui kebutuhan dan keinginan pelanggan
6. Masih banyaknya keluhan dari pelanggan

7. Masih adanya pelanggan yang belum merasa puas dengan pelayanan yang sudah diberikan.
8. Banyaknya pelanggan yang tidak meneruskan kerjasama kembali karena team teknisi tidak tepat waktu dalam penjadwalan treatment.

C. Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah, maka penulis membatasi masalah penelitian pada :

1. Promosi
2. Kualitas Pelayanan
3. Kepuasan Pelanggan

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah diatas, maka penulis merumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh promosi terhadap kepuasan pelanggan PT Agricon Putra Citra Optima (Terminix Cabang Pasar Minggu)?
2. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT Agricon Putra Citra Optima (Terminix Cabang Pasar Minggu)?

3. Apakah ada pengaruh promosi dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan PT Agricon Putra Citra Optima (Terminix Cabang Pasar Minggu)?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan diatas, maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui Pengaruh Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan PT Agricon Putra Citra Optima (Terminix Cabang Pasar Minggu)
2. Untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT Agricon Putra Citra Optima (Terminix Cabang Pasar Minggu).
3. Untuk mengetahui pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT Agricon Putra Citra Optima (Terminix Cabang Pasar Minggu).

F. Manfaat Penelitian

1. Secara Umum :
 - a. Hasil penelitian ini diharapkan menjadi sumber informasi atau bahan masukan tambahan bagi perusahaan sebagai upaya untuk meningkatkan kinerja karyawan dalam pencapaian tujuan perusahaan dalam mewujudkan visi dan misi perusahaan.

b. Penulis dapat melakukan analisis secara nyata untuk mengetahui peranan dari promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan yang diharapkan dapat memberi efek positif kepada karyawan dalam memajukan perusahaan.

2. Secara Khusus :

a. Bagi Peneliti :

- 1) Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Niaga (S.sos) pada Fakultas Ilmu Administrasi Niaga di Universitas Respati Indonesia.
- 2) Menerapkan ilmu pengetahuan peneliti selama belajar di Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Respati Indonesia.
- 3) Bagi PT Agricon Putra Citra Optima (Terminix Cabang Pasar Minggu) dapat digunakan sebagai dasar untuk meningkatkan Profit Perusahaan.
- 4) Bagi perkembangan Ilmu Pengetahuan, diharapkan dapat menambah kekayaan penelitian Ilmiah dan juga merupakan langkah awal dalam pengembangan penelitian yang lebih mendalam dan sempurna.

G. Sistematika Pembahasan Penelitian

Untuk mempermudah dan memahami antar bab yang satu dengan bab yang lainnya, maka sistematika penulisan proposal skripsi ini sebagai berikut :

Bab I : Pendahuluan

Pada bab ini di uraikan tentang latar belakang Masalah, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, sistematika pembahasan.

Bab II : Tinjauan Pustaka

Pada bab ini di uraikan tentang : deskripsi teoritik, pengertian pemasaran, pengertian promosi, pengertian kualitas pelayanan, pengertian kepuasan pelanggan, hasil penelitian yang relevan, kerangka berpikir

Bab III : Metodologi Penelitian

Pada bab ini akan diuraikan tentang: Pengertian metodologi, penelitian, jenis penelitian, tempat dan waktu, instrument penelitian, teknik pengumpulan data, alat analisis data, dan teknik analisis data

Bab IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pada Bab ini akan di uraikan tentang : Gambaran umum perusahaan, profil perusahaan, visi & misii perusahaan, struktur organisasi, jobdesk masing-masing devisi, gambaran responden. Analisis dan Deskriptif, Hasil dari kuesioner, keterbatasan penelitian, implementasi hasil penelitian.

Bab V : Kesimpulan dan Saran