

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Dewasa ini perkembangan dunia bisnis di bidang telekomunikasi *smartphone* semakin meningkat. Dengan banyaknya perusahaan mengeluarkan produk-produk atau jasa dengan memiliki keunggulan berbeda-beda baik secara bentuk atau jenis pelayanan yang diperkenalkan kepada masyarakat agar dapat menjadi konsumen. Oleh karena itu, pelanggan terdorong untuk lebih selektif dalam membeli dan memilih produk atau jasa yang diinginkannya dan dirasakan bermanfaat, sehingga dapat memberikan kepuasan. Dengan semakin banyaknya perusahaan menawarkan telekomunikasi *smartphone* maka memperketat persaingan industri telekomunikasi di Indonesia.

Dalam dunia bisnis dan pemasaran, konsumen dianggap sebagai motivator bagi kegiatan perusahaan, karena semakin banyak barang atau jasa yang digunakan konsumen semakin tinggi motivasi produsen dalam

memproduksi barang atau jasa tersebut<sup>1</sup>. Hal ini mengakibatkan perusahaan-perusahaan berlomba dalam menarik minat beli konsumen dan untuk memenangkannya perusahaan harus memberikan kepuasan bagi konsumennya.

Kepuasan pelanggan merupakan suatu peluang untuk mendapatkan pelanggan baru ataupun mempertahankan pelanggan yang ada. Hal ini disebabkan pelanggan yang merasa puas biasanya merekomendasikan produk atau jasa yang telah digunakannya kepada konsumen lain untuk menggunakan produk atau jasa yang sama. Maka dari itu, mempertahankan pelanggan sama halnya dengan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Pelanggan yang merasa puas setelah menggunakan suatu produk yang dihasilkan oleh perusahaan akan terus membeli produk tersebut dan tidak akan beralih ke produk lainnya karena mereka merasa kepuasannya sebagai pelanggan terpenuhi.

Terdapat beberapa faktor yang dapat memengaruhi kepuasan pelanggan ialah kualitas produk, citra perusahaan, harga, inovasi produk, pelayanan purna jual.

Faktor pertama yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas produk. Suatu produk dikatakan berkualitas karena produk tersebut memiliki kehandalan, ketahanan dan kinerja yang lebih baik. Sedangkan bagi

---

<sup>1</sup>[http://www.seputarforex.com/artikel/forex/lihat.php?id=63883&title=peran\\_konsumen\\_dan\\_produken](http://www.seputarforex.com/artikel/forex/lihat.php?id=63883&title=peran_konsumen_dan_produken)  
(diakses pada 18 februari 2012)

perusahaan, menghasilkan kualitas produk yang baik dapat memberikan keuntungan tersendiri dikarenakan pelanggan akan merasa puas dengan kualitas produk yang dihasilkan dalam memenuhi kebutuhannya, sehingga pelanggan akan terus membeli produk tersebut. Namun, banyak kualitas produk yang dihasilkan oleh perusahaan belum sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen, hal ini dikarenakan perusahaan hanya menghasilkan produk untuk menghadapi persaingan terhadap perusahaan lain dalam menghasilkan produk-produk terbaru tanpa memperhatikan kualitas produknya. Berdasarkan data yang diperoleh dari *gadgetan.com*, salah satu rumah mode terdepan di dunia, Prada, bekerjasama dengan LG Electronics merilis smartphone bernamakan PRADA Phone by LG, yang lebih dikenal dengan LG Prada 3.0. Produk smartphone ini memiliki desain ramping dengan ketebalan 8,5 mm, serta dikelilingi oleh lapisan chrome yang elegan. Namun sayangnya masih ada kekurangan yang dikeluhkan oleh pelanggan terhadap ponsel ini, seperti adanya kesulitan dalam mengaplikasikan tombol kameranya, dimana harus melakukan peregangan jari untuk mencapainya di sisi kiri atas, selain itu kekurangan dari produk ini terletak pada tombol navigasi yang sama sekali tak terlihat bila berada dibawah sinar matahari<sup>2</sup>.

Faktor selanjutnya yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu citra perusahaan. Citra perusahaan penting bagi setiap perusahaan karena

---

<sup>2</sup> <http://gadgetan.com/?p=17326>

merupakan keseluruhan kesan yang terbentuk dibenak masyarakat tentang perusahaan. Perusahaan yang memiliki citra yang baik di mata konsumen akan terus menjadi pelanggannya karena mereka masih setia menggunakan produk tersebut. Citra perusahaan yang baik di mata konsumen akan meningkatkan pangsa pasar perusahaan tersebut, selain itu citra perusahaan yang baik dapat menaikkan image positif terhadap pelanggannya terhadap produk yang dihasilkan dari perusahaan tersebut, sehingga konsumen merasa yakin ketika membeli suatu produk. Oleh karena itu, sangatlah penting setiap perusahaan untuk terus menjaga citra perusahaannya di mata masyarakat agar tidak menimbulkan image negatif pada pelanggannya. Kenyataannya, masih terdapat beberapa perusahaan yang dapat membuat pencitraan yang buruk dimata konsumen melalui berbagai kasus yang dihadapinya. Seperti pada kasus yang melibatkan RIM (*Research In Motion*) yang dianggap melanggar hak paten terkait chip yang digunakan Blackberry dengan perusahaan Belanda, NXP Semiconductor, akibat dari kasus tersebut RIM mengalami kemerosotan penguasaan pasar smartphone dari 16,6% menjadi 13,4%<sup>3</sup>. Hal ini tentunya mengakibatkan kerugian bagi RIM dalam hal pemasukan yang didapat dan penjualan produk yang dipasarkan. Berdasarkan dari kasus tersebut terlihat bahwa pembentukan serta menjaga citra perusahaan merupakan hal yang penting bagi setiap perusahaan, citra perusahaan yang

---

<sup>3</sup> <http://pasardana.com/tag/nokia/>

buruk akan berdampak berkurangnya rasa percaya konsumen terhadap perusahaan sehingga mengakibatkan berkurangnya rasa puas ketika menggunakan produk yang dihasilkan dari perusahaan tersebut.

Faktor ketiga yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen adalah harga. Perusahaan harus dapat menciptakan harga diimbangi dengan kualitas yang diberikan agar sesuai dengan harapan konsumen. Ketetapan dalam menentukan harga suatu produk atau yang ditawarkan akan mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Sehingga dalam menentukan suatu harga harus disesuaikan dengan kualitas yang diberikan sehingga konsumen tidak merasa dirugikan dengan uang yang telah mereka keluarkan dengan kualitas yang mereka dapatkan. Namun pada kenyataannya, RIM sebagai perusahaan yang memproduksi smartphone kurang memperhatikan aspek tersebut, hal ini terlihat pada produk BLACKBERRY Curve 9360 Apollo. Produk tersebut merupakan produk terbaru yang di keluarkan oleh RIM untuk ditawarkan kepada konsumen, kisaran harga yang ditetapkan termasuk mahal, tetapi sayangnya tidak disesuaikan dengan kualitas produknya, seperti banyaknya konsumen yang mengeluh dengan produk tersebut baik dari ketahanan baterai yang tidak tahan lama serta sering terasa panas ketika digunakan untuk *browsing*<sup>4</sup>.

---

<sup>4</sup> [http://www.bhinneka.com/products/sku00911408/blackberry\\_curve\\_9360\\_apollo\\_-\\_black.aspx](http://www.bhinneka.com/products/sku00911408/blackberry_curve_9360_apollo_-_black.aspx)

Faktor selanjutnya yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah inovasi produk. Adanya perubahan yang pesat dalam selera, teknologi dan persaingan antar perusahaan menyebabkan perusahaan tidak dapat bergantung hanya pada produk-produk yang adadan menuntut perusahaan agar lebih mengoptimalkan inovasi produk. Inovasi yang dilakukan tiap perusahaan haruslah mempunyai keunggulan yang tidak dimiliki oleh perusahaan lain. Hal ini dimaksudkan agar para konsumen semakin tertarik dan berminat untuk membeli produk yang ditawarkan. Inovasi yang dilakukan tentu tidak hanya sebatas inovasi dalam produk, tetapi juga dalam teknologi, proses sistem, strategi dan sebagainya. *Research In Motion* atau lebih dikenal dengan sebutan RIM merupakan perusahaan yang memperkenalkan Blackberry sebagai sebuah produk *smartphone* yang memiliki layanan *push e-mail*, telepon, sms, menjelajah internet, Blackberry Messenger (BBM), dan berbagai kemampuan nirkabel lainnya. Namun pada kenyataannya dari riset yang dilakukan di Amerika Serikat terhadap konsumen yang membeli blackberry mengalami penurunan. Tercatat pada bulan Oktober 2011 masih ada 7,7%, angka ini turun menjadi 6,4% di bulan November 2011 dan menjadi hanya 4,5% di bulan Desember 2011. Hal tersebut dikarenakan kurangnya inovasi yang dilakukan RIM terhadap produk-produk yang dihasilkan sehingga menimbulkan kejenuhan pada pelanggannya serta beralih untuk menggunakan produk *smartphone* dari perusahaan lain<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup> <http://teknologi.kompasiana.com/gadget/2012/03/31/game-over-selamat-tinggal-blackberry-windows->

Faktor terakhir yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah pelayanan purna jual. Pelayanan purna jual adalah jasa yang ditawarkan oleh perusahaan kepada konsumennya setelah transaksi penjualan dilakukan sebagai jaminan mutu untuk produk yang ditawarkan agar memenuhi kepuasan konsumen. Pelayanan ini dimaksudkan untuk menjaga minat konsumen atau calon konsumen dan memperluas sikap positif dari keunggulan produk yang telah dijanjikan dengan menciptakan kepercayaan, keyakinan diri, dan reputasi. Hal ini dilakukan untuk menumbuhkan kepuasan terhadap konsumen. Kenyataannya masih banyak perusahaan yang kurang memperhatikan pelayanan purna jual dalam memuaskan konsumen. hal ini terjadi pada konsumen pengguna *smartphone* blackberry. Konsumen kurang mendapatkan perhatian dari pihak RIM sebagai produsen dalam memberikan layanan purna jual yang diberikan, dimana sampai saat ini hanya terdapat 1 saja layanan purna jual, yakni di kawasan Sunter, sehingga dalam melakukan perbaikan terhadap kerusakan pada *smartphone* konsumen harus menunggu 2 minggu sampai 1 bulan<sup>6</sup>.

Pelayanan purna jual yang baik merupakan salah satu bentuk komitmen perusahaan terhadap konsumen dalam memenuhi kebutuhan konsumen sehingga akan menimbulkan kepuasan terhadap konsumen. Kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal

---

<sup>6</sup> [http://teknologi.kompasiana.com/gadget/2011/12/14/menimbang-gagasan-gerakan-tolak-layanan-blackberry/ phone/](http://teknologi.kompasiana.com/gadget/2011/12/14/menimbang-gagasan-gerakan-tolak-layanan-blackberry/phone/)

dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja ( hasil) suatu produk dan layanan yang diberikan dengan harapannya. Dengan timbulnya kepuasan terhadap konsumen, bukan tidak mungkin konsumen akan membeli kembali produk tersebut, sehingga menimbulkan perasaan loyal terhadap perusahaan.

Pertumbuhan konsumen smartphone meningkat tajam. Hal ini berdasarkan semakin banyaknya masyarakat yang beralih menjadi konsumen dari smartphone. *Research In Motion* (RIM) sebagai perusahaan yang memproduksi blackberry sebagai smartphone mampu bersaing dengan produk lainnya sebagai smartphone dengan tingkat penjualan terlaris di Indonesia, dengan memenuhi kebutuhan konsumen terhadap smartphone, seperti tampilan produk, fitur-fitur yang canggih, dan mudah digunakan.

*Research In Motion* atau lebih dikenal dengan sebutan RIM merupakan perusahaan yang memperkenalkan Blackberry sebagai sebuah produk smartphone yang memiliki layanan *push e-mail*, telepon, sms, menjelajah internet, Blackberry Messenger (BBM), dan berbagai kemampuan nirkabel lainnya. Perkembangan serta penggunaan produk ini semakin meningkat tajam, sampai menjadi suatu kebutuhan fashion. Blackberry diperkenalkan pertama kali di Indonesia pada pertengahan Desember 2004 oleh operator indosat dan perusahaan starhub. Perusahaan Starhub merupakan bagian dari RIM yang merupakan rekan utama BlackBerry. Pasar BlackBerry kemudian diramaikan oleh dua operator besar lainnya di tanah air yakni excelcom dan



telkomsel. Akibat tuntutan pemerintah Indonesia, Blackberry akhirnya membuka kantor perwakilan di Indonesia pada November 2010. Produk yang menjadi andalan utama dan membuat BlackBerry digemari di pasar adalah fitur email cepat (*push e-mail*). Produk ini mendapat sebutan email cepat karena seluruh email baru, daftar kontak, dan informasi jadwal ditampilkan langsung ke dalam BlackBerry secara otomatis.

Seperti yang telah disebutkan di atas mengenai keunggulan dari BlackBerry, yaitu *push e-mail*. Dengan push e-mail semua e-mail masuk dapat diteruskan langsung ke ponsel. E-mail juga sudah mengalami proses kompresi dan *scan* di server BlackBerry sehingga aman dari virus. Lampiran file berupa dokumen microsoft office dan pdf dapat dibuka dengan mudah. Sebuah e-mail berukuran 1 MB, jika diterima melalui *push e-mail* dapat menjadi 10 kb dengan isi yang tetap.

Pengguna tidak perlu mengakses Internet terlebih dulu dan membuka satu persatu e-mail yang masuk, atau pemeriksaan e-mail baru. Hal ini dimungkinkan karena pengguna akan terhubung secara terus-menerus dengan dunia maya melalui jaringan telepon seluler yang tersedia. Alat penyimpanan juga memungkinkan para pengguna untuk mengakses data yang sampai ketika berada di luar layanan jangkauan nirkabel. Begitu pengguna terhubung lagi, *BlackBerry Enterprise Server* akan menyampaikan data terbaru yang masuk. Berbagai fitur serta tampilan smartphone yang diberikan blackberry ini selain

bertujuan untuk memudahkan para konsumen untuk melaksanakan komunikasi, juga diharapkan membantu para konsumen dalam menyelesaikan pekerjaan mereka tanpa harus berada di ruang kerja.

Namun pada kenyataannya, pelayanan yang diberikan RIM terhadap pelanggannya masih dianggap kurang memuaskan, terutama pada pelayanan purna jual. Terdapat beberapa pelanggan yang mengeluhkan pelayanan purna jual yang diberikan oleh RIM terhadap pengguna blackberry. Dalam kasus ini terlihat pada salah satu pelanggan yang menggunakan garansi berrindo. Pelanggan tersebut mengalami kerusakan pada qwerty blackberry sehingga memutuskan untuk memperbaiki di service center Berrindo dikarenakan masih terdapat garansi 2 tahun. Setelah berada di service center berrindo blackberry yang dimiliki pelanggan dijanjikan akan diselesaikan dalam waktu 2 minggu dan akan di telepon setelah selesai diperbaiki, tetapi setelah 2 minggu tidak ada kabar yang diberikan dari pihak berrindo, sehingga membuat pelanggan tersebut mengambil inisiatif untuk menghubungi pihak berrindo. Tetapi yang terjadi pihak berrindo sangat sulit untuk dihubungi dan terkesan menghindar. Pada akhirnya konsumen tersebut memutuskan untuk mendatangi service center berrindo dengan meminta pertanggung jawabannya,

tetapi yang terjadi blackberry konsumen tersebut belum diperbaiki sedikit pun oleh pihak berrindo<sup>7</sup>.

Beberapa faktor diatas merupakan hal yang penting dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan. Dari faktor-faktor tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti pelayanan purna jual yang dilakukan perusahaan guna menelaah keterkaitan hubungan antara pelayanan purna jual dengan kepuasan konsumen.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas dapat diidentifikasi beberapa permasalahan yang mempengaruhi rendahnya kepuasan pelanggan, antara lain :

1. Rendahnya kualitas produk
2. Buruknya citra perusahaan
3. Perusahaan menawarkan harga yang tidak sesuai kualitas
4. Hasil dari inovasi produk yang kurang memuaskan
5. Rendahnya pelayanan purna jual yang diberikan

---

<sup>7</sup> <http://www.kaskus.us/showthread.php?t=9013015>

### **C. Pembatasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dikemukakan di atas ternyata masalah kepuasan pelanggan sangat kompleks dan dipengaruhi berbagai aspek atau faktor. Oleh karena itu, permasalahan dibatasi hanya pada masalah “Hubungan Antara Pelayanan Purna Jual dengan Kepuasan Pelanggan”

### **D. Perumusan Masalah**

Berdasarkan pembatasan masalah di atas, maka masalah dapat dirumuskan sebagai berikut :

Apakah terdapat hubungan antara pelayanan purna jual dengan kepuasan pelanggan?

### **E. Kegunaan Penelitian**

Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi masukan bagi semua pihak, antara lain :

#### **1. Bagi Peneliti**

Penelitian ini dapat menambah pengetahuan dalam bidang pemasaran serta sebagai latihan dan meningkatkan wawasan ilmu pemasaran yang telah diperoleh selama perkuliahan.

2. Bagi Mahasiswa Fakultas Ekonomi pada umumnya dan Jurusan Ekonomi dan Administrasi pada khususnya

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan masukan dan penambahan wawasan mengenai keterkaitan antara pelayanan purna jual dengan kepuasan pelanggan.

3. Bagi perpustakaan

Sebagai bahan masukan informasi dan tambahan referensi untuk penelitian selanjutnya mengenai kaitan pelayanan purna jual dengan kepuasan pelanggan.

4. Bagi pembaca

Sebagai sumber penambah wawasan mengenai kaitan antara pelayanan purna jual dengan kepuasan pelanggan.