

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam bisnis yang semakin kompetitif, perusahaan dituntut untuk lebih inovatif dan memiliki keunggulan yang bisa ditawarkan kepada para pelanggan dan mitra bisnis. Salah satunya adalah konsep kerja sama *business to business* (B2B). Bentuk kerja sama ini dapat membantu upaya efisiensi biaya pengadaan barang dan yang paling penting adalah bisa memudahkan mitra bisnis. Pengertian *business to business* adalah transaksi antara institusi bisnis (perusahaan) dengan institusi bisnis lainnya.

Business-to-business (B2B) menggambarkan transaksi perdagangan antara perusahaan, seperti antara produsen dan grosir, atau antara grosir dan pengecer. Dalam B2B biasanya dilakukan *customization* sesuai dengan kebutuhan masing-masing. Hal ini yang membuat hubungan antara pembeli dan penjual dalam B2B terjalin hubungan personal yang lebih rapat.¹

Bagi PT Garmindo Co, kepentingan pelanggan selalu menjadi nomor satu. Prinsip ini menjadi nyata dalam penyediaan layanan *business to business* (B2B). Peningkatan kualitas produk barang dan jasa semakin diperhatikan

¹ <http://ferdyfaisal.blogspot.com/2012/12/b2b-vs-b2c.html>

oleh perusahaan karena dengan kualitas akan barang dan jasa dapat digunakan sebagai tolak ukur untuk mencapai keunggulan kompetitif.

Terwujudnya interaksi dapat memberikan manfaat yang baik bagi perusahaan berupa terjalin hubungan yang harmonis antara perusahaan dan pelanggan, dasar bagi pembelian ulang produk barang atau jasa atau terbangunnya kualitas hubungan yang baik dan terjadinya rekomendasi berupa *word of mouth* yang menguntungkan bagi perusahaan karena akan terjadi penambahan laba perusahaan.

Perkembangan teknologi dan semakin ketatnya persaingan sekarang ini juga menuntut PT Garmino Co sebagai perusahaan barang dan jasa memberikan pelayanan dan kualitas terbaik bagi para pelanggan dan calon pelanggan PT Garmino Co dituntut untuk dapat memberikan pelayanan yang maksimal dan tetap mempertahankan kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap barang dan jasa yang ditawarkan kepada para konsumennya.

Ikatan sosial atau persahabatan akan membangun hubungan yang lebih kuat dengan pelanggan dan masyarakat. Ikatan sosial atau persahabatan adalah hal yang timbul akibat interaksi antara karyawan dengan pelanggan. Melalui ikatan ini perusahaan berusaha memuaskan pelanggan dan selalu melakukan yang terbaik demi kepentingan pelanggan dan masyarakat untuk

jangka panjang. Oleh karena itu, PT Garmino Co sangat menjalin interaksi sebagai bentuk persahabatan terhadap para konsumennya.

PT Garmino Co sebagai perusahaan yang menyediakan produk barang berupa tas dan barang-barang promosi serta jasa sablon (*pad print*), terkadang juga mengalami kesulitan dalam memuaskan para pelanggannya dalam hal waktu, karena terkadang pelanggan melakukan permintaan pembelian produk dengan jadwal pengiriman sangat mepet. Namun, PT Garmino Co secara maksimal memberikan pelayanan yang terbaik dan tepat waktu bagi para pelanggannya agar hubungan harmonis dengan pelanggan tetap terjalin dan kualitas hubungan tetap terjaga.

Oleh karena itu PT Garmino Co harus berusaha terus menerus memperbaiki pelayanannya dan menjalin hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan dengan para pelanggannya dengan berusaha menciptakan kepercayaan, kepuasan, dan komitmen sehingga diharapkan para pelanggan tersebut bersedia menjalin hubungan jangka panjang dengan PT Garmino Co.

Kualitas produk yang baik, kualitas pelayanan yang memuaskan, ketepatan waktu yang diberikan sebanding dengan harga yang diberikan oleh PT Garmino Co kepada konsumennya serta adanya interaksi yang baik,

menjadikan terciptanya kualitas hubungan yang baik kepada para pelanggannya dan terus dipertahankan oleh PT Garmino Co.

Namun terkadang perusahaan mengalami kesulitan dalam mempertahankan kualitas produk yang baik sesuai dengan standarisasi perusahaan tetapi harus mengikuti standarisasi konsumen (perusahaan yang memesan). Standarisasi kualitas produk tersebut juga akan berpengaruh terhadap harga yang akan diberikan kepada konsumen. Kemudian dalam menjaga dan mempertahankan kualitas pelayanan, perusahaan masih kurang optimal misalnya dalam hal merespon permintaan konsumen yang langsung menghubungi pemilik perusahaan untuk melakukan pemesanan barang.

Menurut pemilik perusahaan, ia sangat memegang teguh komitmen yang ia terapkan diperusahaan untuk setiap konsumen, dan sang pemilik percaya dengan kualitas produk dan pelayanan yang baik akan memuaskan para konsumennya serta adanya interaksi antara perusahaan dan konsumen akan tercipta kualitas hubungan yang baik untuk kerja sama jangka panjang.

Maka dari itu, dengan permintaan yang beraneka ragam serta menghadapi setiap konsumen yang berbeda selain kualitas produk dan pelayanan, perusahaan juga memperhatikan pemberian harga yang semakin *dipress* oleh konsumen namun tetap menjaga hubungan yang baik serta

berusaha memberikan ketepatan waktu dalam produksi dan pengiriman barang ke konsumen.

Karena hal inilah maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ **ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, WAKTU DAN HARGA TERHADAP *RELATIONSHIP QUALITY* : STUDI PADA PRODUK TAS PT GARMINDO CO.**”

B. Identifikasi dan Pembatasan Masalah

1. Identifikasi Masalah

Dalam kaitannya dengan latar belakang yang telah penulis paparkan diatas, maka penulis mengidentifikasi beberapa permasalahan yang ada yaitu :

- a. Kualitas Produk yang diinginkan setiap konsumen PT Garmino Co berbeda-beda.
- b. Kualitas Pelayanan yang diberikan PT Garmino Co sedikit kurang optimal .
- c. Harga yang diberikan PT Garmino Co terkadang *dipress* oleh konsumen.

- d. PT Garmino Co masih terkendala oleh *deadline* waktu yang sangat mendesak.
- e. Adanya Interaksi yang dilakukan oleh PT Garmino Co diinginkan oleh konsumennya .
- f. *Relationship Quality* yang diwujudkan oleh PT Garmino Co.

2. Pembatasan Masalah

- a. Peneliti hanya membatasi tentang permasalahan mengenai pengaruh kualitas produk dan pelayanan, harga, ketepatan waktu terhadap *Relationship Quality* pada produk PT Garmino Co.
- b. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan yang pernah membeli dan menggunakan produk PT Garmino Co.

C. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap kualitas hubungan PT Garmino Co?
2. Apakah terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kualitas hubungan PT Garmino Co?

3. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap kualitas hubungan PT Garmino Co?
4. Apakah interaksi akan berpengaruh terhadap kualitas hubungan PT Garmino Co?
5. Apakah terdapat pengaruh ketepatan waktu terhadap kualitas hubungan PT Garmino Co?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan diadakannya penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap kualitas hubungan PT Garmino Co.
2. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kualitas hubungan PT Garmino Co.
3. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh harga terhadap kualitas hubungan PT Garmino Co.
4. Untuk mengetahui apakah interaksi berpengaruh terhadap kualitas hubungan PT Garmino Co.
5. Untuk mengetahui apakah ketepatan waktu mempengaruhi kualitas hubungan PT Garmino Co.

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

- a. Hasil penelitian dapat digunakan untuk menambah referensi dibidang karya ilmiah yang dapat mengembangkan ilmu pengetahuan.
- b. Penelitian ini mungkin merupakan latihan dan pembelajaran dalam menerapkan teori yang diperoleh sehingga menambah pengetahuan, pengalaman dan dokumentasi ilmiah.

2. Manfaat Praktis

- a. Dapat memberikan informasi serta gambaran untuk dijadikan bahan pertimbangan mengenai kualitas pelayanan yang diharapkan oleh pelanggan atau konsumen sehingga mereka puas terhadap pelayanan yang diberikan perusahaan.
- b. Dapat dipergunakan sebagai bahan masukan bagi pihak-pihak yang berkepentingan langsung dengan penelitian ini.

F. Sistem Penulisan

Secara garis besar, sistematika penulisan ini terdiri dari :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan latar belakang masalah, identifikasi dan pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini akan dibahas mengenai teori yang mendukung analisis kualitas produk dan kualitas pelayanan, harga, waktu, interaksi dan kualitas hubungan.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini akan dibahas mengenai tempat dan waktu penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, definisi operasional variabel dan metode analisis data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

Dalam bab ini penulis akan menjelaskan mengenai karakteristik dari responden seperti (jenis kelamin,

status jabatan pekerjaan, informasi yang sudah pernah menggunakan produk tas PT Garmindo Co).

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini menjelaskan hasil penelitian terhadap analisa dan pembahasan masalah tersebut.

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini akan diuraikan mengenai kesimpulan dari hasil pembahasan pada bab sebelumnya dan berdasarkan kesimpulan tersebut penulis akan berusaha memberikan saran-saran bagi perusahaan untuk pengembangan strategi pemasarannya di kemudian hari.