

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Kompetisi dalam dunia bisnis saat ini semakin ketat (inews.id, 2023), hal ini membuat para pengusaha memutar kepala untuk menemukan strategi yang tepat dalam menjalankan bisnisnya. Tentu saja dengan persaingan yang semakin ketat menuntut para pengusaha untuk memikirkan strategi yang kreatif dan inovatif agar dapat bertahan di era yang sangat kompetitif ini. Strategi yang dibuat haruslah efektif dan efisien sehingga bisa bersaing dengan rival dari perusahaan lain .

FMCG (*Fast Moving Consumer Good*). FMCG merupakan industri yang berupaya di bidang produk yang sering dikonsumsi oleh konsumen. Produk tersebut bisa dibidang produk yang sering dikonsumsi karena harganya yang terjangkau sehingga bisa terjual dengan cepat. Banyak sekali perusahaan makanan dan minuman ringan yang ada di Indonesia seperti: Unilever, Indofood, Nestle, Wings Corporation dan Mayora (detikbali, 2023). Beberapa perusahaan tersebut memiliki produk yang mirip dengan produk dari Garudafood seperti, Chocolatos produk Garudafood mirip dengan Fullo produk OT, Roma Malkist produk Mayora mirip dengan Gery Saluut produk Garudafood dan masih banyak lainnya.

Maka dari itu perusahaan mesti memikirkan apa yang harus dilakukan agar para pelanggan kompetitor beralih menjadi pelanggan dari produk suatu perusahaan tersebut. Memberikan pelayanan yang baik ialah salah satu cara agar memuaskan pelanggan. Hal ini dibuktikan oleh penelitian yang dilakukan oleh Zulfajri (2022) hasil dari penelitian tersebut mengemukakan bahwa kualitas pelayanan

berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Pelanggan akan berpindah ke kompetitor apabila pelanggan sadar bahwa mereka kecewa atau tidak puas atas produk tersebut.

Kepuasan pelanggan ialah anggapan senang atau kecewa yang dialami oleh seorang pelanggan yang timbul selepas mengkomparasikan kapabilitas suatu produk atau jasa yang didapatkan atas kapabilitas yang diharapkan oleh pelanggan (Kotler & Keller dalam Indrasari, 2019). Kepuasan pelanggan merupakan faktor yang sangat berarti untuk keberlangsungan suatu perusahaan. Memuaskan pelanggan juga dapat mengoptimalkan keunggulan suatu perusahaan dalam kompetisinya (Indrasari, 2019). Tingkat kepuasan pelanggan ini dapat diukur apabila kapabilitas dibawah harapan maka pelanggan tidak puas dan merasa dikecewakan, tapi jika kapabilitas memenuhi harapan dan bahkan melampaui harapan maka pelanggan akan sangat puas dan tidak merasa dikecewakan (Kotler, 2002).

Kepuasan pelanggan merupakan standar perusahaan akan seperti apa kondisi di waktu yang akan datang. Beberapa hal harus diubah apabila pelanggan merasa tidak puas atau dirugikan, akan menjadi fatal apabila pelanggan tidak kembali membeli atau membeli produk dari kompetitor dikarenakan tidak puas atas produk yang sudah dibeli, menjadi semakin fatal apabila pelanggan mengadakan ketidakpuasannya atas produk tersebut kepada pelanggan lain. Tentunya hal ini akan berdampak buruk bagi pengusaha karena dapat mengalami kerugian yang cukup besar. Semua perusahaan diharuskan menjadikan pelanggan menjadi puas dengan mempersembahkan penawaran yang menarik dan pelayanan yang lebih

baik, hal ini harus dilakukan supaya perusahaan mampu untuk menjaga posisi pasarnya ditengah kondisi dengan persaingan yang semakin ketat. Dalam memenangkan persaingan, perusahaan mesti memberikan segala yang diperlukan oleh pelanggan agar pelanggan puas. Keberlangsungan sebuah perusahaan sangat bergantung pada kepuasan para pelanggannya. Salah satu cara untuk memuaskan para pelanggan adalah dengan memberikan pelayanan yang baik atau berkualitas.

Definisi pelayanan (*service*) secara umum ialah segala kegiatan untuk memuaskan pelanggan, keinginan pelanggan akan tersalurkan melalui pelayanan ini. Pada hakekatnya pelayanan adalah serangkaian kegiatan yang merupakan proses (Indrasari, 2019). Pelayanan ialah suatu proses yang dilaksanakan organisasi dalam kaitannya dengan kebutuhan pelanggan dan akan melahirkan kesan tersendiri, oleh karena itu pelayanan merupakan elemen yang sangat penting untuk menarik minat konsumen untuk menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan (Supriyono dalam Indrasari, 2019).

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan jikalau ingin memberikan kepuasan untuk pelanggan maka mesti diberikan layanan yang baik dan yang sesuai dengan apa yang diimpikan oleh pelanggan. Jika pelayanan yang di terima melampaui impian pelanggan, maka pelayanan dikesan sebagai pelayanan yang ideal. Sebaliknya jika pelayanan yang di terima lebih rendah dari pada yang diimpikan, maka pelayanan dikesan sebagai pelayanan yang buruk.

Pada penelitian kali ini yang menjadi objek penelitian adalah Pelanggan dari produk Garudafood dan yang menjadi subjek penelitian adalah ritel mitra dari PT Sinar Niaga Sejahtera Depo Mengger Kecamatan Ujung Berung Kota Bandung. PT

Sinar Niaga Sejahtera atau biasa disebut (SNS) adalah perusahaan distribusi resmi dari Garudafood. Perusahaan ini bermarkas di Jalan Mengger Girang No 11, Pasirluyu Kecamatan Regol, Kota Bandung Provinsi Jawa Barat.

PT Sinar Niaga Sejahtera memiliki beberapa divisi salah satunya adalah divisi sales. Divisi ini bertujuan untuk memasarkan produk Garudafood langsung kepada toko-toko. Terdapat 2 jenis toko yang akan didatangi para sales yaitu toko berbasis modern/*modern market* dan toko berbasis tradisional/*traditional market*, yang menjadi fokus penelitian kali ini adalah *traditional market*.

Divisi sales ini lah yang terjun langsung untuk memberikan penawaran produk dan berbagai promo dari perusahaan kepada para pelanggan. Untuk itu peran sales sangat besar terhadap kepuasan para pelanggan, dengan demikian baik tidaknya kualitas pelayanan bergantung pada *salesman*. Jika *salesman* melakukan pekerjaannya sesuai dengan SOP yang telah dibuat dan mematuhi arahan dari SAC (Supervisor) maka pelanggan akan puas, namun pada kenyataannya beberapa dari *salesman* tidak melakukan pekerjaannya sesuai dengan SOP dan arahan dari SAC (Supervisor) yang menyebabkan pelanggan merasa tidak puas dan kerap terjadi pula kesalahpahaman antara *salesman* dan tim *delivery*.

Kesalahpahaman tersebut terjadi karena titik kordinat yang diberikan *salesman* tidak tepat sehingga tim *delivery* tidak menemukan toko yang telah melakukan *order*. PT Sinar Niaga Sejahtera memiliki 9 prosedur yang harus diterapkan para salesnya atau biasa disebut 9 Super (Step untuk Pastikan Order).

Tabel 1.1 9 (SUPER) Step Untuk Pastikan Order

<i>Group</i>	NO	<i>Call Steps – GT</i>
<i>Pre Visit Activities</i>	1	Pastikan kerapihan diri
	2	<i>Check</i> tujuan kunjungan di DAP & SAM
	3	Ucapkan salam & <i>scan barcode</i>
<i>Check Availability & Visibility</i>	4	Cek <i>stock & display</i> di area toko dan gudang, proses retur jika ada
	5	Buat rekomendasi <i>order</i>
<i>Collection</i>	6	Lakukan penagihan hutang
<i>Selling</i>	7	Lakukan penawaran produk menggunakan “rekomendasi <i>order</i> ” dan “program promosi”
	8	Konfirmasi <i>order</i> dan informasikan estimasi waktu pengiriman produk
	9	Ucapkan salam dan <i>check out</i>

Sumber: Power Point PT Sinar Niaga Sejahtera

Tabel diatas adalah *step by step* pedoman para *salesman* untuk melakukan pekerjaannya, tapi pada kenyatannya ada beberapa poin yang tidak dilakukan sales seperti pada poin 3 “ucapkan salam & *scan barcode*”. Beberapa dari sales langsung menanyakan “mau order apa pak atau mau nambah apa pak?” jarang sales memberikan salam dan juga tidak *scan barcode*. Pada poin *scan barcode* ini lah yang kadang menimbulkan kesalahpahaman antara tim *salesman* dan tim *delivery*. *Scan barcode* dilakukan untuk memberi titik kordinat toko kepada tim *delivery* agar tidak tersesat. Jika *barcode* pada toko tidak di *scan* atau bahkan di *scan* bukan pada tokonya maka tim *delivery* akan tersesat dan tidak menemukan toko tersebut yang

berimbas pada pelanggan yang tidak puas karena produk yang telah dipesan datang terlambat.

Kemudian tak jarang pula *salesman* tidak melakukan promosi atau memberitahu kepada para pelanggan bahwa ada promosi yg diberikan perusahaan untuk para pelanggannya sesuai dengan poin 7 yaitu *salesman* harus melakukan penawaran menggunakan rekomendasi *order* dan melakukan promosi kepada para pelanggan. Alasan *salesman* tidak melakukan promosi adalah lupa. Jika *salesman* tidak melakukan promosi atau lupa melakukan promosi hal ini tentu saja fatal bagi perusahaan yang berakibat pada penurunan tingkat penjualan atau bahkan perusahaan mengalami kerugian.

Selain itu keberhasilan dari strategi pemasaran dipengaruhi juga oleh faktor distribusi. Pada penelitian yang akan peneliti lakukan melibatkan variabel distribusi fisik. Distribusi fisik ialah pelaksanaan dari perencanaan yang mengendalikan bahan dan barang jadi dari tempat menuju tempat penggunaan sebagai pemenuhan 'kebutuhan pelanggan dan akan memperoleh untung (Kotler & Armstrong, 2005). Kesimpulannya distribusi fisik adalah kegiatan untuk mengantarkan barang kepada konsumen.

Proses distribusi yang baik akan membuat pelanggan merasakan kepuasan dan akan menghasilkan suatu hajat untuk membeli kembali ataupun menggunakan jasa diperusahaan tersebut. Hal tersebut mampu memberikan kesan pertama untuk konsumen dan memiliki kemungkinan akan menjadi pelanggan di perusahaan tersebut. pelayanan distribusi yang baik juga akan memberikan kepuasan konsumen atau pelanggan sehingga menjadi dasar pembelian ulang dan memungkinkan

terciptanya pelanggan yang konsisten untuk membeli. Dalam masalah ini penulis memilih toko yang sudah bermitra dengan PT Sinar Niaga Sejahtera sebagai subyek penelitian. Jika sebuah toko sudah bermitra dengan perusahaan distribusi yang langsung berada dibawah naungan perusahaan produksi suatu produk tentu saja toko tersebut akan menjadi pelanggan dari produk suatu perusahaan. PT Sinar Niaga Sejahtera merupakan perusahaan yang khusus mendistribusikan semua produk Garudafood dan produk yang sudah bekerja sama dengan perusahaan tersebut.

Gambar 1. 1 Produk Garudafood



Sumber: PT Sinar Niaga Sejahtera

Gambar diatas adalah produk-produk dari PT Garudafood Putra Putri Jaya Tbk. Produk-produk ini lah yang selalu di distribusikan oleh PT Sinar Niaga Sejahtera selaku distributor resmi dari semua produk Garudafood, tidak hanya produk dari Garudafood PT Sinar Niaga Sejahtera juga mendistribusikan produk lain seperti

Prochiz dari PT Mulia Boga Raya (diakuisisi oleh PT Garudafood Putra Putri Jaya pada tahun 2020) dan Vanhouten (coklat khusus untuk kue).

Fenomena yang terjadi pada PT Sinar Niaga Sejahtera, peneliti menganggap rendahnya kepuasan pelanggan terhadap kegiatan pendistribusian karena proses penyaluran barang yang diinginkan pelanggan adalah H+1 atau 1 hari setelah proses pemesanan. Tetapi yang terjadi dilapangan adalah proses pendistribusian atau penyaluran produk terjadi 2 hari dari proses pemesanan. Hal ini menyebabkan recovery barang yang ada di toko menjadi terhambat. Jika proses pendistribusian atau penyaluran produk yang dilakukan oleh perusahaan lebih cepat sehari atau H+1 dari proses pemesanan maka proses recovery produk Garudafood yang ada di toko tersebut menjadi lebih efektif dan hal ini tentu saja menguntungkan bagi perusahaan.

Tetapi permasalahan yang terjadi adalah saat ini perusahaan tidak bisa memberikan permintaan pelanggan tersebut dikarenakan beberapa hal. Yang pertama karena tim werehouse dan tim delivery harus pulang lebih malam karena waktu loading yang lebih lama. Dulu proses pengantaran atau distribusi produk dilakukan H+0 (produk dikirim di hari pemesanan) dan H+1 (produk dikirim 1 hari setelah proses pemesanan) tetapi konsekuensinya seperti yang telah disebutkan tadi bahwa tim delivery dan tim werehouse harus pulang lebih lama karena proses loading nya pun memakan waktu yang lebih lama. Rata-rata waktu loading bisa sampai dengan pukul 20.00 WIB (8 malam). Hal ini selain berdampak pada kesehatan karyawan juga berdampak pada waktu pengiriman yang lebih siang, jika loading pada besok paginya. Alternatif yang diberikan perusahaan adalah berupa uang lembur. Permasalahan yang kedua adalah PT Sinar Niaga Sejahtera sudah

bersepakat dengan Disnaker dan SPSI (Serikat Pekerja Seluruh Indonesia) bahwa perusahaan tidak memberikan lembur di hari kerja normal namun hanya insentif terkait pekerjaan tim operasional tidak terikat waktu dan lokasi (pekerjaan lapangan), namun pemberian insentif kepada karyawan operasional justru membebani perusahaan karena harus mengeluarkan biaya tambahan untuk operasional. Dengan pengiriman pada H+2 maka tim werehouse bisa mempersiapkan segala kebutuhan yang diperlukan dan ketika tim delivery datang langsung muat tidak perlu menunggu pembuatan delivery order dari sales order karena pembuatan delivery order sudah dilakukan pada hari sebelumnya. Hal ini juga membuat waktu para karyawan menjadi lebih longgar sehingga karyawan bisa pulang normal dan bisa mendapatkan istirahat yang cukup juga waktu bersama keluarga menjadi lebih terasa.

Tabel 1. 2 Hasil Mini Survey

No	Item Pernyataan	Jawaban
1.	Pengiriman produk yang dilakukan PT Sinar Niaga Sejahtera selalu tepat waktu.	Semua responden menyatakan setuju.
2.	Sales PT Sinar Niaga Sejahtera selalu mengecek kondisi produk <i>Garudafood</i> .	7 dari 10 responden menyatakan setuju dan 3 lainnya menyatakan kurang setuju.
3.	Semua produk <i>Garudafood</i> selalu tersedia di PT Sinar Niaga Sejahtera.	7 dari 10 responden menyatakan setuju dan 3 lainnya menyatakan kurang setuju.

4.	Sales PT Sinar Niaga Sejahtera memberikan layanan yang memuaskan.	8 dari 10 responden menyatakan setuju dan 2 lainnya menyatakan kurang setuju.
5.	Sales PT Sinar Niaga Sejahtera ramah dengan pelanggan.	9 dari 10 responden menyatakan setuju dan 1 responden menyatakan netral.

Sumber: Data diolah Peneliti,2023

Peneliti melaksanaka penelitian awal berupa mini survey kepada 10 pemilik toko yang sudah bermitra dengan PT Sinar Niaga Sejahtera pada hari Sabtu, 4 Maret 2023 melalui kuesioner yang diberikan langsung oleh peneliti kepada pemilik toko yang sudah bermitra dengan PT Sinar Niaga Sejahtera di Kecamatan Ujung Berung. Peneliti mendapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. PT Sinar Niaga Sejahtera selalu tepat waktu dalam mengirimkan produk kepada pemilik toko.
2. Sales PT Sinar Niaga Sejahtera senantiasa mengecek kondisi produk *Garudafood* di toko.
3. Produk *Garudafood* selalu tersedia di PT Sinar Niaga Sejahtera.
4. Sales PT Sinar Niaga Sejahtera selalu memberikan layanan yang memuaskan kepada pemilik toko/pelanggan.
5. Sales PT Sinar Niaga Sejahtera selalu ramah dengan pemilik toko/pelanggan.

Dari permasalahan dan fenomena yang telah diterangkan diatas, peneliti memiliki ketertarikan untuk melakukan penelitian tersebut dengan judul “Pengaruh Distribusi Fisik dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan mitra PT Sinar Niaga Sejahtera Depo Mengger Kecamatan Ujung Berung”. Peneliti tertarik

karena terdapat kesenjangan atau *gap* antara hasil penelitian terdahulu dengan fenomena masalah yang terjadi di PT Sinar Niaga Sejahtera. Hasil penelitian terdahulu memiliki kesimpulan jika distribusi dan kualitas pelayanan yang dijalankan dengan baik maka pelanggan akan merasa puas begitupun sebaliknya, sedangkan fenomena yang terjadi pada PT Sinar Niaga Sejahtera, peneliti memiliki anggapan bahwa distribusi fisik yang dijalankan PT Sinar Niaga Sejahtera kurang baik dan kualitas pelayanan yang diberikan sales juga kurang baik hal itu diperkuat dari survey yang pernah dilakukan peneliti ketika PKL di PT Sinar Niaga Sejahtera, tetapi dari hasil mini survey yang dilakukan peneliti memiliki kesimpulan bahwa pemilik toko merasa puas dengan distribusi fisik dan pelayanan yang diberikan sales PT Sinar Niaga sejahtera.

B. Identifikasi dan Rumusan Masalah

1. Identifikasi Masalah

Menurut informasi dari latar belakang penelitian memuat beberapa masalah antara lain:

- a. Waktu pengiriman produk dari gudang kepada pelanggan kurang cepat sehingga mempengaruhi *recovery* stok barang di toko tersebut.
- b. Tim distribusi masih sering tersesat karena ketidaktepatan titik koordinat toko.
- c. Pembangunan jalan sering menghambat tim distribusi untuk mengantar pesanan kepada toko.
- d. Beberapa sales tidak mematuhi poin-poin yang terdapat pada 9 Super sehingga kualitas pelayanan yang diberikan sales tidak memuaskan.

2. Rumusan Masalah

Dari identifikasi masalah dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

- a. Apakah distribusi fisik berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan mitra PT Sinar Niaga Sejahtera Depo Mengger Kecamatan Ujung Berung?
- b. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan mitra PT Sinar Niaga Sejahtera Depo Mengger Kecamatan Ujung Berung ?
- c. Apakah distribusi fisik dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan mitra PT Sinar Niaga Sejahtera Depo Mengger Kecamatan Ujung Berung?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan:

1. Untuk mengetahui pengaruh distribusi fisik terhadap kepuasan pelanggan mitra PT Sinar Niaga Sejahtera Depo Mengger Kecamatan Ujung Berung.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan mitra PT Sinar Niaga Sejahtera Depo Mengger Kecamatan Ujung Berung.
3. Untuk mengetahui pengaruh Distribusi Fisik dan Kualitas Pelayanan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan mitra PT Sinar Niaga Sejahtera Depo Mengger Kecamatan Ujung Berung.

D. Manfaat Penelitian

Peneliti berharap penelitian ini dapat bermanfaat bagi berbagai pihak dan memberikan hasil yang berguna. Adapun manfaat penelitian sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Dalam penelitian ini, penulis berharap untuk dapat memberikan kontribusi terhadap ruang lingkup ilmu pengetahuan dan akademik di bidang manajemen dan manajemen pemasaran. Terkhusus, untuk mengetahui pengaruh variabel distribusi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Kemudian diharapkan juga dalam penelitian ini mampu memberikan dan memperdalam pengetahuan serta pengalaman untuk peneliti sebagai implementasi dari ilmu yang didapat selama berada di bangku perkuliahan. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi, referensi dan bahan pertimbangan bagi peneliti yang ingin melakukan penelitian lanjutan dengan topik atau tema yang serupa.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan ilmu dan sarana bagi penulis untuk mengimplementasikan pengetahuan terkait dengan distribusi, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Disisi lain, penelitian ini juga diharapkan memberikan tambahan informasi dan saran terhadap PT Sinar Niaga Sejahtera untuk mengembangkan sektor distribusi dan pelayanannya sehingga meningkatkan kepuasan pelanggan.

