

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perusahaan yang terus memperhatikan perkembangan kinerja dan berupaya untuk terus memperhatikan perkembangannya dan berupaya untuk meningkatkan kinerja tersebut memiliki peluang mencapai posisi persaingan yang baik maka sebenarnya perusahaan telah memiliki modal yang kuat untuk terus bersaing dengan perusahaan lain (Meike Supranoto, 10 September 2010).

Pada umumnya setiap perusahaan dituntut untuk siap menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat dengan perusahaan pesaing yang sejenis dengan usahanya atau perusahaan lain yang ada diseluruh dunia dalam menghadapi era globalisasi atau era dunia tanpa batas, sehingga setiap perusahaan harus selalu mengembangkan usahanya dalam bagian rasional dan internasional.

Persaingan ini menuntut perusahaan untuk berusaha meraih posisi yang lebih baik dan mempertahankan pasar atau bahkan memperluas pasarnya. Untuk mampu memenangkan persaingan, perusahaan harus dapat memberikan kepuasan kepada para pelanggannya, misalnya dengan memberikan produk yang mutunya lebih baik, harganya lebih terjangkau, penyerahan produk yang lebih cepat serta pelayanan yang lebih baik dari pada para pesaingnya.

PT. Primarindo Asia Infrastructure, Tbk merupakan perusahaan yang bergerak dalam industri manufaktur pembuatan sepatu lokal dan ekspor. Selama ini perusahaan didasarkan pesanan pelanggan yang berasal dari luar negeri, dengan demikian hampir seluruh sepatu hasil produksi perseroan adalah untuk diekspor dengan desain yang dibuat oleh perusahaan, beberapa merk yang diekspor oleh perusahaan yaitu OsKhos B'Gosh, Cheesepeaks, US Athletic, dan Body Glove.

Sepatu lokal yang diproduksi perusahaan memiliki merk "Tomkins". Dibuat dengan berbagai macam fungsi seperti sepatu sekolah, sepatu pergi dan sepatu olahraga. PT. Primarindo Asia Infrastructure, Tbk memerlukan strategi pemasaran yang tepat yang berorientasi kepada konsumen guna meningkatkan kepuasan dan minat beli konsumen terhadap produk yang ditawarkan.

Manajemen hubungan pelanggan merupakan salah satu strategi yang tepat untuk digunakan sebagai pendekatan untuk mengidentifikasi dan memahami keinginan konsumen, karena sifat dan keinginan konsumen dapat berubah-ubah. Dalam manajemen hubungan pelanggan digunakan beberapa variabel-variabel hubungan yang digunakan dan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen serta minat beli konsumen. Rush dan Lemon menunjukkan tiga pendorong ekuitas pelanggan, antara lain:

1. Ekuitas Nilai
2. Ekuitas Merk
3. Ekuitas Hubungan

Konsumen memiliki peran penting terhadap tingkat penjualan. Dengan adanya variabel-variabel tersebut dapat diketahui pengaruh langsung dan tidak langsung terhadap kepuasan konsumen yang nantinya akan mempengaruhi minat beli konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Minat beli konsumen ini akan tercipta bila seseorang konsumen dapat merasa puas. Kepuasan konsumen berhubungan dengan harga, keramahan pelayanan, serta kualitas produk, dan lain-lain. Kepercayaan konsumen terhadap produk, berguna untuk mempertahankan konsumen yang loyal dalam membeli produk sepatu tomkins, guna meraih keuntungan perusahaan.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian agar tingkat kepuasan konsumen dan tingkat pembelian konsumen terhadap sepatu olahraga tomkins semakin meningkat, dengan judul skripsi **“Pengaruh Faktor-Faktor Manajemen Hubungan Pelanggan Terhadap Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen Pada PT. Primarindo Asia Infrastructure, Tbk”**. (Studi Kasus Sepatu Olahraga)

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas maka dijelaskan bahwa PT. Primarindo Asia Infrastructure, Tbk merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang industri produk sepatu, sepatu yang diteliti yaitu sepatu olahraga merk “Tomkins”. Dengan adanya persaingan yang semakin ketat ini, khususnya untuk perusahaan yang menjual produk yang sama, PT. Primarindo Asia Infrastructure,

Tbk memerlukan strategi pemasaran yang tepat, agar dapat meningkatkan minat beli konsumen terhadap produk yang ditawarkan, oleh sebab itu strategi yang digunakan harus mampu mengidentifikasi setiap keinginan konsumen. Pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Seberapa besar pengaruh faktor ekuitas nilai terhadap kepuasan konsumen pada PT. Primarindo Asia Infrastructure, Tbk ?
2. Seberapa besar pengaruh faktor ekuitas merk terhadap kepuasan konsumen pada PT. Primarindo Asia Infrastructure, Tbk ?
3. Seberapa besar pengaruh faktor ekuitas hubungan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Primarindo Asia Infrastructure, Tbk ?
4. Seberapa besar pengaruh faktor ekuitas nilai terhadap minat beli konsumen pada PT. Primarindo Asia Infrastructure, Tbk ?
5. Seberapa besar pengaruh faktor ekuitas merk terhadap minat beli konsumen pada PT. Primarindo Asia Infrastructure, Tbk ?
6. Seberapa besar pengaruh faktor ekuitas hubungan terhadap minat beli konsumen pada PT. Primarindo Asia Infrastructure, Tbk ?
7. Seberapa besar pengaruh faktor manajemen hubungan pelanggan dan kepuasan konsumen terhadap minat beli konsumen pada PT. Primarindo Asia Infrastructure, Tbk ?

1.3 Tujuan Pemecahan Masalah

Berdasarkan yang telah diuraikan diatas, tujuan serta kegunaan dari penelitian yang dilakukan di PT. Primarindo Asia Infrastructure, Tbk adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh faktor ekuitas nilai terhadap kepuasan konsumen pada PT. Primarindo Asia Infrastructure, Tbk ?
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh faktor ekuitas merk terhadap kepuasan konsumen pada PT. Primarindo Asia Infrastructure, Tbk ?
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh faktor ekuitas hubungan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Primarindo Asia Infrastructure, Tbk ?
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh faktor ekuitas nilai terhadap minat beli konsumen pada PT. Primarindo Asia Infrastructure, Tbk ?

5. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh faktor ekuitas merk terhadap minat beli konsumen pada PT. Primarindo Asia Infrastructure, Tbk ?
6. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh faktor ekuitas hubungan terhadap minat beli konsumen pada PT. Primarindo Asia Infrastructure, Tbk ?
7. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh faktor manajemen hubungan pelanggan dan kepuasan konsumen terhadap minat beli konsumen pada PT. Primarindo Asia Infrastructure, Tbk ?

1.4 Pembatasan dan Asumsi Masalah

Agar diperoleh pemecahan masalah yang lebih terarah dan penarikan kesimpulan yang lebih akurat, mengingat luasnya bidang penelitian dan keterbatasan kemampuan serta waktu yang tersedia, maka di perlukan pembatasan ruang lingkup penelitian. Adapun pembatasan masalah tersebut, yaitu:

1. Ruang lingkup penelitian hanya dilakukan di lingkungan *factory outlet* PT. Primarindo Asia Infrastructure, Tbk.
2. Strategi yang menjadi objek kajian adalah pada level bisnis.
3. Objek yang diteliti dan dipasarkan yaitu produk sepatu olahraga PT. Primarindo Asia Infrastructure, Tbk.
4. Data yang digunakan merupakan data-data sekunder yang didapatkan dari sumber-sumber yang berhubungan dengan pengelolaan perusahaan dan data primer hasil dari wawancara dengan sumber yang berkompeten.

1.5 Sistematika Penulisan

Penyusunan laporan tugas akhir dibuat secara sistematis sehingga mudah dipahami dalam penyajiannya. Adapun sistematika pembahasan dibagi menjadi 5 (lima) bagian, yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan pemecahan masalah, ruang lingkup pembahasan serta sistematika penulisan.

BAB II STUDI PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

Bab ini berisikan studi pustaka, teori dan model yang berkaitan dengan pemecahan masalah, dan digunakan sebagai dasar untuk memecahkan masalah-masalah yang akan dibahas.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang model pemecahan masalah yang digunakan dan langkah-langkah pemecahan masalah beserta *flowchart* pemecahan masalah.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Bab ini berisikan penjelasan tentang data dan pengolahan data yang ditunjukkan untuk memecahkan seperti yang telah ditetapkan pada Bab III.

BAB V ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan analisis dan interpretasi dari hasil (output) pemecahan masalah.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran, kesimpulan yang diperoleh dari hasil pengolahan data dan analisis yang telah dilakukan, serta saran yang penulis usulkan yang erat kaitannya dengan kepentingan perusahaan sesuai dengan permasalahan yang sedang dihadapi perusahaan.