

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Pada dasarnya, sumber daya dapat dibagi menjadi dua (**Poltak, 2018**) yaitu sumber daya manusia (*human resources*) dan sumber daya alam (*natural resources*). Sumber daya manusia dalam setiap organisasi baik publik maupun bisnis merupakan sumber daya yang dinilai paling utama. Sumber daya manusia (SDM) adalah faktor penting dalam suatu organisasi karena sumber daya manusia adalah kumpulan dari sekelompok orang-orang yang bekerja sama untuk mencapai tujuan tertentu (**Sudaryo et al., 2018**). Meningkatnya produktivitas kerja hanya mungkin dilakukan oleh manusia, begitu pula sebaliknya sumber daya manusia (SDM) pun dapat menjadi penyebab terjadinya pemborosan dan tidak efisien dalam berbagai hal.

Sumber Daya Manusia (SDM) tentunya sangat terbantu oleh perusahaan yang bergerak di bidang *outsourcing*. *Outsourcing* dapat membantu penyelesaian sebagian tugas-tugas sumber daya manusia tradisional (**Bangun, 2012**). *Outsourcing* merupakan pengalihdayaan fungsi-fungsi dan pelayanan yang sebelumnya ditangani oleh pegawai perusahaan kepada vendor diluar perusahaan (**Kennedy et al., 2002 dalam Murtiningsih, 2016**). Keuntungan *Outsourcing* bagi perusahaan adalah menghemat biaya dan memfokuskan perusahaan pada pengembangan kompetensi inti bisnis (**Murtiningsih, 2016**). Dalam proses *Outsourcing* akan terjalin hubungan kontrak kerja dengan *suppliers* bahkan dengan *competitors*.

Salah satu perusahaan yang bergerak di bidang *outsourcing* yaitu PT Anugerah Bumi Seloliman (ABS). PT Anugerah Bumi Seloliman (ABS) adalah perusahaan yang bergerak

dibidang sales perbankan swasta, jasa *outsourcing* yang disediakan meliputi tenaga yang memiliki kompetensi dibidang *marketing*, penjualan perbankan, *Credit Card* (CC), KTA, tabungan digital, *lising*, dll. Adapun misi yang dimiliki PT Anugerah Bumi Seloliman (ABS) yaitu menghasilkan produk dan jasa yang berkualitas. Dalam mengetahui kualitas jasa dan produk yang dihasilkan oleh PT Anugerah Bumi Seloliman (ABS) tersebut perlunya peranan pelanggan. Pelanggan merupakan orang atau organisasi yang menggunakan barang atau jasa yang dihasilkan oleh suatu organisasi (**Bangun, 2012**). Beberapa pelanggan PT Anugerah Bumi Seloliman (ABS) yaitu antara lain Bank OCBC NISP, Bank CIMB Niaga, Bank National NOBU, Bank Permata, HSBR, dll.

Para pelanggan tersebut selalu mengalami perubahan selera, sehingga dalam hal ini pihak perusahaan harus mampu dalam mengikuti perubahan selera tersebut. Misi dalam menghasilkan produk dan jasa yang berkualitas tersebut sering kali mengalami beberapa hambatan. Seperti sulitnya mencari kandidat yang dapat dikirimkan kepada *user* klien. Akibatnya, untuk mendapatkan jasa tersebut pelanggan harus menunggu dengan waktu yang cukup lama.

Menurut Payne (**2000 dalam Fatihudin & Firmansyah, 2019**) mengatakan bahwa jasa melibatkan sejumlah interaksi dengan konsumen atau dengan barang-barang milik dan tidak menghasilkan perubahan kepemilikan dan produksi suatu jasa bisa juga tidak berkaitan dengan produk fisik. Jasa (*services*) tentunya berbeda dengan produk karena secara kasat mata jasa tidak dapat dilihat dan dapat menimbulkan berbagai cara dalam mengembangkan strategi pemasaran. Terdapat enam karakteristik jasa yang perlu diperhatikan oleh penyedia jasa (**Fatihudin & Firmansyah, 2019**), yaitu 1) *intangibility*, 2) *Perishability*, 3) *Heteroginity*, 4) *inseparability*, 5) *people based* dan, 6) *contact customer*.

Kepuasan pelanggan merupakan perasaan individu yang dihasilkan terhadap rasa senang atau kecewa yang dirasakan atau harapannya dari suatu produk atau jasa (**Kotler & Keller, 2016**). Kepuasan pelanggan berkontribusi pada sejumlah aspek krusial, seperti loyalitas pelanggan, meningkatnya reputasi perusahaan, berkurangnya elastisitas harga, berkurangnya biaya transaksi masa depan, dan meningkatnya efisiensi dan produktivitas karyawan (**Bayu, 2018**). Dalam aspek kepuasan pelanggan, PT. Anugerah Bumi Seloliman (ABS) memiliki komitmen yang tinggi sebagai *mediator* yang dapat dipercaya antara pemberi kerja (perusahaan) dengan pencari kerja dan berpengalaman dalam menangani pengelolaan *Manpower* dan memberikan komitmen untuk menghargai klien sebagai mitra terpenting yang berhak memperoleh kepuasan.

Untuk mengatasi, masalah dalam kesulitan mendapatkan kandidat tersebut kegiatan promosi dapat menjadi salah satu hal yang dapat dilakukan. Bauran pemasaran merupakan cara pengusaha dapat mempengaruhi konsumen yang memerlukan perencanaan dan pengawasan yang matang serta perlu dilakukan tindakan-tindakan yang terdiri dari 7P, yaitu tindakan yang mengenai *product, price, place, promotion, process, physical evidence*, dan *people* (**Tjiptono, 2012**). Promosi digunakan oleh perusahaan dalam upaya menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen, baik secara langsung maupun tidak langsung mengenai produk dan merek yang mereka jual (**Kotler & Keller, 2016**). Tujuan promosi yaitu untuk memperkenalkan barang hasil produksi dan agar konsumen membeli hasil produksinya (**Anggriana et al., 2017**). Materi yang dapat dipromosikan bisa berbentuk produk maupun jasa.

Berdasarkan peninjauan yang telah dilakukan di PT. Anugerah Bumi Seloliman (ABS), ditemukan permasalahan yang berkaitan kepuasan pelanggan dan promosi, yaitu:

1. Sulit mencari kandidat

Terjadi permasalahan dalam divisi rekrutmen terkait dengan sulitnya mencari kandidat yang dapat dikirimkan kepada *user* klien. Dalam kasus ini, staf pemasaran dan staf rekrutmen harus dapat bekerjasama dalam upaya mengembangkan serta meningkatkan kegiatan promosi untuk memperkenalkan lebih jauh mengenai jasa yang ditawarkan oleh PT Anugerah Bumi Seloliman (ABS). Akibat dari permasalahan ini, klien sering menunggu dengan waktu lebih lama untuk mendapatkan kandidat yang sesuai sehingga sering kali jasa yang diperoleh kurang sesuai dengan harapan klien. Permasalahan tersebut berupa masalah terkait kepuasan pelanggan secara keseluruhan yang merupakan sub indikator kepuasan pelanggan yaitu konfirmasi harapan.

2. Kurang maksimalnya promosi

Terjadi permasalahan dalam divisi pemasaran terkait dengan kurang maksimalnya kegiatan promosi yang dilakukan seperti tidak terlaksananya *event-event* promosi khususnya yang dilaksanakan secara langsung atau tatap muka. Seharusnya staf pemasaran dapat mengadakan *event* promosi lainnya berbasis daring yang dikemas dengan lebih menarik lagi agar dapat membangkitkan antusiasme khalayak. Akibat dari permasalahan ini, tidak banyak klien baru yang datang untuk menggunakan jasa dari perusahaan sehingga sering kali target yang diinginkan oleh perusahaan tidak tercapai. Permasalahan tersebut berupa masalah terkait kesesuaian sasaran yang merupakan sub indikator dari promosi jasa yaitu kuantitas promosi.

Penyebab pada permasalahan diatas tersebut diduga disebabkan oleh beberapa alasan, yaitu:

1. Adanya proses liberasi

Proses liberalisasi yang dicanangkan oleh Menteri Ketenagakerjaan, tentunya akan berdampak negatif terhadap proses pelaksanaan sistem kerja *Outsourcing*. Salah satunya yaitu semakin banyak perusahaan *outsourcing* yang tidak berkualitas, sehingga terjadi persaingan yang tidak sehat di komunitas perusahaan *Outsourcing* (Edi, 26/08/2019). PT Anugerah Bumi Seloliman (ABS) yang merupakan salah satu dari perusahaan *outsourcing* di Indonesia terkena dampak dari persaingan antar perusahaan *outsourcing* tersebut. Permasalahan tersebut disebabkan oleh banyaknya perusahaan *outsourcing*, sehingga persaingan menjadi sangat ketat.

## 2. Adanya pandemi Covid-19

Diduga masalah tersebut muncul dikarenakan kegiatan promosi yang dilakukan oleh PT ABS dinilai kurang kreatif dan banyaknya hambatan dikarenakan pandemi Covid-19 ini sehingga kegiatan promosi berupa *event marketing* tidak semua dapat dilaksanakan, selain itu banyaknya pesaing dibidang penyedia jasa *outsourcing*.

Dengan meningkatnya persaingan antar perusahaan *outsourcing* ini, diperlukannya usaha promosi sehingga para klien tertarik menggunakan jasa yang disediakan oleh PT Anugerah Bumi Seloliman (ABS). Berdasarkan hasil penelitian **Anggriana dkk. (2017)**, menyatakan bahwa bukan hanya harga, promosi juga berpengaruh dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Hal tersebut selaras dengan hasil penelitian **Bayu (2018)** yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan promosi penjualan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Agar perusahaan tidak tertinggal dalam persaingan, maka perlu meningkatkan kepuasan pelanggan. Dengan adanya promosi maksimal yang dilakukan oleh perusahaan tentunya akan meningkatkan aspek kepuasan pelanggan.

Berdasarkan pemaparan yang telah dijabarkan peneliti tertarik untuk mengkaji lebih dalam mengenai “Pengaruh Promosi Jasa Terhadap Kepuasan Penggunaan Jasa *Outsourcing* Di PT Anugerah Bumi Seloliman (ABS)”

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan pemaparan di latar belakang sebelumnya, maka terdapat beberapa rumusan masalah pada penelitian ini, yaitu:

- a) Bagaimana profil/gambaran umum PT Anugerah Bumi Seloliman (ABS)?
- b) Bagaimana kondisi promosi jasa dan kepuasan pelanggan pada PT Anugerah Bumi Seloliman (ABS)?
- c) Bagaimana pengaruh Promosi jasa terhadap kepuasan pelanggan pada PT Anugerah Bumi Seloliman (ABS)?
- d) Bagaimana hambatan dan upaya yang dilakukan oleh PT Anugerah Bumi Seloliman (ABS) dalam promosi jasa?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah, adapun beberapa tujuan dari penelitian ini, yaitu:

- a) Untuk mengetahui profil/gambaran umum PT Anugerah Bumi Seloliman (ABS).
- b) Untuk mengetahui kondisi promosi jasa dan kepuasan pelanggan pada PT Anugerah Bumi Seloliman (ABS).
- c) Untuk mengetahui pengaruh Promosi jasa terhadap kepuasan pelanggan pada PT Anugerah Bumi Seloliman (ABS).
- d) Untuk mengetahui hambatan dan upaya yang dilakukan oleh PT Anugerah Bumi Seloliman (ABS) dalam promosi jasa.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menambah wacana pengetahuan di bidang pemasaran, khususnya mengenai promosi dan kepuasan konsumen *outsourcing*.

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Secara praktis penelitian ini dapat bermanfaat sebagai berikut:

a) Bagi Perusahaan

Diharapkan hasil penelitian ini dapat membantu pihak perusahaan dalam mengembangkan strategi pemasaran khususnya promosi jasa dan meningkatkan kepuasan pelanggannya.

b) Bagi Peneliti

Diharapkan dengan adanya penelitian ini, dapat menambah wawasan peneliti tentang promosi jasa dan kepuasan pelanggan.

c) Bagi Akademisi

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi bagi penelitian selanjutnya.

### 1.5 Lokasi dan Lamanya Penelitian

Peneliti akan melakukan penelitian di PT Anugerah Bumi Seloliman (ABS) yang berlokasi di Jln. Sampit 1 No. 18 Melaway, Jakarta Selatan.

**Tabel 1. 1. Waktu Penelitian**

No	Keterangan	Tahun 2021								Tahun 2022																							
		November				Desember				Januari				Febuari				Maret				April				Mei							
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
<b>TAHAP PERSIAPAN</b>																																	
1	Penjajakan																																
2	Studi Keperpustakaan																																
3	Pengajuan Judul																																
4	Penyusunan Usulan Penelitian																																
5	Seminar Up																																
<b>TAHAP PENELITIAN</b>																																	
1	Pengumpulan Data																																
	a. observasi																																
	b. wawancara																																
	c. dokumentasi																																
	d. Studi Pustaka																																
2	pengolahan data																																
3	analisis data																																
<b>TAHAP PENYUSUNAN</b>																																	



