

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia bisnis di bidang ekspedisi terakhir ini semakin pesat sehingga persaingan yang terjadi juga semakin tajam. Para pelaku bisnis nasional perlu menyadari bahwa dalam situasi persaingan yang sangat ketat ini, mutlak diperlukan strategi yang handal agar produknya memiliki keunggulan. Setiap pebisnis bebas menawarkan produk dengan berbagai cara, antara lain lewat harga yang kompetitif. Penetapan harga produk sangat mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen yang menggunakan jasa pengiriman tersebut.

Salah satu perusahaan yang menghadapi masalah kepuasan konsumen merupakan PT. Gresik Cipta Sejahtera yang bergerak di bidang distributor pupuk. Perusahaan sering menghadapi masalah ketidakpuasan konsumen atas produk perusahaan disebabkan adanya pupuk keras dan beratnya tidak sesuai label diakibatkan adanya goni pupuk yang bocor. Hal ini terjadi diakibatkan karyawan perusahaan kurang memperhatikan kemasan pupuk yang mau dikirim ke tempat pelanggan mengakibatkan adanya keluhan konsumen.

Perusahaan perlu memperhatikan kepuasan konsumen agar mampu bersaing dengan perusahaan kompetitor lainnya. Kepuasan pelanggan yang memegang peranan sangat penting bagi kelangsungan hidup perusahaan. Kepuasan konsumen merupakan ukuran bagaimana upaya yang dapat dilakukan perusahaan tersebut dalam memberikan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan

konsumen. Pelanggan sering merasa kecewa dan kurang puas atas pelayanan yang diberikan perusahaan. Karyawan kurang rutin berkunjung ke perusahaan dan kurang mengadakan komunikasi yang baik antara pelanggan seperti lambat menanggapi keluhan pelanggan. Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan perlu peningkatan pelayanan terutama dengan menggunakan pemasaran relasional.

Relationship marketing mampu memperdayakan kekuatan keinginan pelanggan dengan tekanan teknologi informasi untuk memberikan kepuasan pada pelanggan. Cakupannya meliputi tuntutan manajemen mutu terpadu secara global untuk menghadapi kebutuhan bisnis pelanggan dengan lebih agresif. Strategi bisnis difokuskan pada kelanggengan dan pemuasan pelanggan serta bekerja untuk mengantisipasi kebutuhan serta penyesuaian hasil produk yang dikirim oleh ekspedisi. Pada dasarnya *relationship marketing* adalah hubungan dan ikatan jangka panjang antara perusahaan jasa dengan konsumen. Esensi *relationship marketing* paling tidak menyangkut hubungan yang langgeng dan pertukaran yang terus menerus dan dituntut untuk saling kepercayaan dan ketergantungan sehingga dalam konsep *relationship marketing*, pemasar sangat menekankan pentingnya hubungan baik jangka panjang dengan konsumen dan infrastruktur pemasaran, yang dapat menciptakan kesadaran dalam bentuk hubungan dan komitmen yang menyeluruh dalam mengirimkan barang sampai ke tempat konsumen dengan baik.

Harga penting peranannya dalam ekspedisi barang apalagi barang yang dikirim beraneka ragam dengan berat yang berbeda-beda yang mempengaruhi penetapan harga berbeda juga. Harga pupuk yang dijual perusahaan lebih mahal dibandingkan harga pupuk kompetitor lainnya. Hal ini menyebabkan konsumen

menjadi kurang puas. Bagi konsumen, harga sering dikaitkan dengan manfaat yang diperoleh atas pupuk yang dibelinya.

Berdasarkan uraian yang telah ada dapat dibahas ke dalam skripsi yang berjudul **“Pengaruh Pemasaran Relasional Dan Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pengiriman Barang Pada PT. Gresik Cipta Sejahtera”**.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang sebelumnya, maka identifikasi masalah sebagai berikut :

1. Kurang terjalinnya hubungan konsumen dengan pihak manajemen perusahaan sehingga konsumen menjadi kurang puas.
2. Harga pupuk yang dijual perusahaan lebih mahal dibandingkan harga pupuk kompetitor lainnya.
3. Pelanggan sering merasa kecewa dan kurang puas atas pelayanan yang diberikan perusahaan.

1.3. Batasan Masalah

Dengan terbatasnya waktu yang peneliti maka penelitian ini membahas masalah pengaruh pemasaran relasional dan penetapan harga terhadap kepuasan konsumen pengiriman barang pada PT. Gresik Cipta Sejahtera.

1.4. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah pengaruh pemasaran relasional terhadap kepuasan konsumen pengiriman barang pada PT. Gresik Cipta Sejahtera?

2. Apakah pengaruh penetapan harga terhadap kepuasan konsumen pengiriman barang pada PT. Gresik Cipta Sejahtera?
3. Apakah pengaruh pemasaran relasional dan penetapan harga terhadap kepuasan konsumen pengiriman barang pada PT. Gresik Cipta Sejahtera?

1.5. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah pengaruh pemasaran relasional terhadap kepuasan konsumen pengiriman barang pada PT. Gresik Cipta Sejahtera.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah pengaruh penetapan harga terhadap kepuasan konsumen pengiriman barang pada PT. Gresik Cipta Sejahtera.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah pengaruh pemasaran relasional dan penetapan harga terhadap kepuasan konsumen pengiriman barang pada PT. Gresik Cipta Sejahtera.

1.6. Manfaat Penelitian

Berdasarkan uraian di atas maka manfaat penelitian ini yaitu :

1. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan masukan dan pertimbangan bagi perusahaan dengan melihat pengaruh pemasaran relasional dan penetapan harga terhadap kepuasan konsumen pengiriman barang pada PT. Gresik Cipta Sejahtera.

2. Sebagai tambahan dan memperluas pengetahuan peneliti dalam bidang Manajemen Pemasaran khususnya yang berhubungan dengan pemasaran relasional, penetapan harga dan kepuasan konsumen.
3. Sebagai alat untuk menjawab rasa keingintahuan peneliti terhadap sebagaimana pengaruh pemasaran relasional dan penetapan harga terhadap kepuasan konsumen pengiriman barang pada PT. Gresik Cipta Sejahtera.

