

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Keluhan (*Complaint*) adalah perilaku konsumen yang disebabkan karena kecewa terhadap barang atau jasa yang digunakannya. Baik itu perusahaan jasa maupun barang pasti pernah mengalami keluhan konsumen. Namun terkadang perusahaan kurang mengerti mengenai masalah keluhan konsumen padahal keluhan konsumen adalah hal yang penting. Karena jika tidak ditangani dengan baik akan berpengaruh kepada respon personal dan respon sosial. Perilaku keluhan sendiri sangat erat dengan kepuasan konsumen yang menjadi tujuan utama semua perusahaan karena akan mengalami permasalahan dari faktor-faktor tersebut. namun perilaku komplain cukup *Complex* karena tidak hanya ada konsumen yang melakukan keluhan namun juga ada yang tidak melakukan keluhan apapun dari barang atau jasa yang diterimanya tidak sesuai kriteria namun tetap berlaku sesuai dengan konsumen pada umumnya.

Di era globalisasi saat ini Persaingan bisnis semakin ketat diberbagai bidang salah satunya dibidang kosmetik. Dengan adanya kemajuan era globalisasi, kosmetik tidaklah menjadi sesuatu yang mewah bahkan kosmetik merupakan hal yang wajib bagi setiap manusia khususnya kaum perempuan. Berdasarkan data Kementrian Perindustrian (2016), kemajuan pada industri kecantikan di Indonesia saat ini menunjukkan adanya rata-rata peningkatan sebesar 9,67% setiap tahunnya, sehingga Indonesia merupakan *potential market* bagi para pengusaha industri kecantikan baik dari luar maupun dalam negeri.

Pengertian kosmetik secara umum adalah zat perawatan yang digunakan untuk meningkatkan penampilan atau aroma tubuh manusia. Kosmetik umumnya merupakan campuran dari beragam senyawa kimia.

Adapun di Amerika Serikat, *Food and Drug Administration* (FDA), badan yang mengatur industri kosmetik sebagai produk yang dimaksudkan untuk digunakan pada tubuh manusia sehingga dapat membersihkan, mempercantik, mempromosikan daya Tarik atau mengubah penampilan tanpa mempengaruhi struktur atau fungsi tubuh. Menurut Hamzah, 2011 bahwa kosmetik adalah bahan atau campuran bahan untuk digosokan, dituangkan dan disemprotkan yang dipergunakan untuk badan atau bagian badan manusia dengan maksud untuk membersihkan, memelihara, menambah daya tarik atau mengubah rupa, dan tidak termasuk golongan obat

Dalam dunia bisnis tujuan paling penting adalah untuk memperoleh suatu keuntungan yang banyak. Namun untuk mendapatkan keuntungan yang banyak perlu adanya faktor utama yang harus dilihat yaitu kepuasan serta penilaian yang didapatkan pelanggan setelah membeli produk. Karena dengan adanya kepuasan dan penilaian pelanggan yang didapat akan membuat pelanggan menjadi *loyal customer* bahkan akan menambah jumlah pelanggan perusahaan. Kepuasan pelanggan dapat dilihat dari perilaku setiap *customer* setelah melakukan pembelian, dalam hal ini perusahaan harus mampu memperbaiki jika terjadi adanya kekurangan dari produk yang di produksi sehingga perusahaan dapat bertahan dalam persaingan.

Di lain pihak, para pelaku usaha di Indonesia telah menyadari bagaimana pentingnya arti suatu perilaku keluhan pelanggan bagi kelangsungan usahanya. Charles L Gould dalam *Bauer et al* 1974 menyatakan bahwa hanya perusahaan sukseslah yang memiliki keinginan yang begitu besar untuk memberikan suatu kepuasan kepada konsumennya. Sekarang ini semakin mudah ditemukan fasilitas untuk konsumennya untuk menyampaikan keluhannya.

Persaingan yang ketat menyebabkan perusahaan semakin sulit untuk meningkatkan jumlah konsumen. Banyaknya pemain dalam pasar dengan segala macam keunggulan produk yang ditawarkan membuat perusahaan semakin sulit merebut pasar pesaing. Persaingan yang ketat secara tidak

langsung akan dapat mempengaruhi suatu perusahaan dalam mempertahankan pangsa pasar, sehingga perusahaan harus mampu bekerja keras dalam mempertahankan kepuasan pelanggannya. Dengan mempertahankan semua kepuasan pelanggan yang ada pada umumnya akan lebih menguntungkan dibandingkan dengan pergantian pelanggan yang baru, karena biaya serta waktu untuk menarik pelanggan baru dapat berlipat kali ganda dibandingkan untuk mempertahankan seorang pelanggan yang sudah ada. (Kotler, 2007). Oleh karena itu dalam persaingan yang demikian, perusahaan dituntut untuk dapat memuaskan pelanggannya dengan menciptakan produk yang berkualitas sesuai dengan keinginan konsumennya.

PT. Candika Wastu Pramathana adalah salah satu perusahaan yang bergerak dibidang manufaktur kosmetik Indonesia yang menawarkan beberapa produk terbaik dengan fasilitas dan kualitas dalam produknya. Produk perusahaan ini awal dirilis dan diedarkan ke pasaran pada tahun 2009 lalu dan langsung mendapat respon positif dari konsumen. Terutama bagi pemerhati dunia kesehatan dan kecantikan modern saat ini, dan label yang dipromosikan itu adalah Aubeau kosmetik yang dijadikannya sebagai merk dagang semua produk-produk kosmetik sesuai dengan fungsinya.

Perusahaan ini mendistribusikan produk-produk kosmetik ke retailer dengan bermacam tipe produk. Tetapi untuk produk asli hasil produksi perusahaan PT. Candika Wastu Pramathana adalah produk lipstick, lip paint dan bodylotion. Sedangkan produk-produk lainnya, perusahaan ini bekerja sama dengan perusahaan lain sehingga perusahaan PT. Candika Wastu Pramathana hanya menjual nama produk dan hanya mempersiapkan kemasan untuk produk lain tersebut, contohnya: *Maskara, Sun Block, Fondation*, dan lain-lain.

Perusahaan ini sering sekali menerima kembali barang kiriman yang rusak (*reject*) dari ritel, dikarenakan customer yang terus mengembalikan hasil belanjanya untuk ditukarkan kembali kepada ritel karena produk tersebut

memiliki kecacatan. Sehingga *customer* pun sering sekali kecewa terhadap produk/*brand* Aubeau khususnya produk *lipstick* dan *lippaint*.

Dalam hal ini, jika perusahaan terus menerus mengalami pengembalian barang maka perusahaan akan mengalami kerugian yang sangat besar serta efek yang akan terjadi untuk perusahaan pun akan mendapatkan penilaian yang *negative* dari *customer* yang telah membeli produk Aubeau tersebut.

Oleh karena itulah manajemen PT. Candika Wastu Pramathana perlu menemukan faktor-faktor atau teknik-teknik yang dibutuhkan untuk menutupi serta strategi pemasaran yang tepat untuk dapat menarik konsumen kembali, sehingga diharapkan dapat melakukan langkah yang tepat untuk dapat menunjukkan jati diri sehingga dapat mempengaruhi konsumen serta mendapatkan kepercayaan dari konsumennya kembali.

Berdasarkan uraian singkat tersebut diatas bahwa pelaku bisnis dapat memperoleh pelanggan yang mempunyai perilaku konsumen yang berbeda-beda dalam melakukan keluhan, maka penulis merasa sangat tertarik untuk dapat mengkaji mengenai faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen produk Aubeau pada PT. Candika Wastu Pramathana Tangerang.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, berikut adalah beberapa rumusan masalah dalam penelitian ini adalah

1. Apa sajakah faktor yang mempengaruhi perilaku mengeluhnya pelanggan pada PT. Candika Wastu Pramathana?
2. Bagaimanakah hubungan antara faktor-faktor tersebut yang mempengaruhi perilaku mengeluhnya pelanggan pada PT. Candika Wastu Pramathana?
3. Apa saja faktor yang paling berpengaruh nyata terhadap perilaku mengeluhnya konsumen agar PT. Candika Wastu Pramathana Tangerang dapat mengantisipasi dan meminimalisasi setiap apa yang menjadi penyebabnya?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan Rumusan Masalah yang telah diuraikan, berikut adalah beberapa tujuan dalam penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku mengeluhnya pelanggan pada PT. Candika Wastu Pramathana.
2. Untuk mengetahui hubungan antara faktor-faktor tersebut yang mempengaruhi perilaku mengeluhnya pelanggan pada PT. Candika Wastu Pramathana.
3. Untuk mengetahui faktor apa yang paling berpengaruh nyata terhadap perilaku mengeluhnya konsumen PT. Candika Wastu Pramathana Tangerang sehingga dapat mengantisipasi dan meminimalisasi setiap apa yang menjadi penyebab pelanggan mengeluh.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan Tujuan yang telah diuraikan, berikut adalah beberapa manfaat dari kerja praktik ini:

1. Bagi Teoritis
Memberikan sumbangan dalam perkembangan ilmu terutama yang berkaitan dengan perilaku mengeluhnya pelanggan terhadap kualitas produk di PT. Candika Wastu Pramathana terhadap kepuasan pelanggan.
2. Bagi Peneliti
Penelitian ini dilakukan agar dapat menambah pengetahuan kepada peneliti secara pribadi sekaligus dapat menerapkan ilmu yang selama ini dipelajari dalam perkuliahan dan syarat kelulusan untuk mencapai gelar S1 Manajemen Logistik (S.Log)
3. Bagi Perusahaan
Bagi PT. Candika Wastu Pramathana sebagai bahan masukan dalam meminimalisir kerugian akibat adanya barang-barang *reject* yang

dikembalikan oleh retail dikarenakan adanya kecacatan produk serta *complain* dari *customer*

1.5 Batasan Penelitian

Agar masalah yang sedang penulis teliti tidak melebar kedalam masalah lain, maka penulis membuat batasan penelitian, diantaranya:

1. Penelitian dilakukan di PT. Candika Wastu Pramathana Tangerang.
2. Produk yang diamati adalah produk *lipstick*.
3. Data jumlah barang reject di Tahun 2018.
4. Responden kuisioner dari pelanggan retail Bandung
5. Hanya untuk mengetahui variabel/faktor yang dapat mempengaruhi perilaku mengeluhnya pelanggan.
6. Penelitian ini berfokus pada topik tentang perilaku mengeluhnya pelanggan.

1.6 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisannya adalah sebagai berikut:

1. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari latar belakang, indentifikasi masalah, batasan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan. Bab I ini berisi pengkajian masalah pada PT. Candika Wastu Pramathana yang berupa perilaku mengeluhnya pelanggan.

2. BAB II LANDASAN TEORI

BAB ini berisi tentang studi pustaka mengenai penjelasan teori-teori pendukung yang dapat digunakan untuk menyelesaikan penelitian ataupun teori yang mendukung dalam memecahkan permasalahan yang diangkat dalam laporan ini.

3. BAB III METODOLOGI PENELITIAN

BAB ini tentang definisi tahapan-tahapan penelitian yang dilakukan sebagaimana peneliti melakukan penelitian dan penentuan dalam

pengolahannya dan pada bab ini berisi metodologi penelitian sebagai alur untuk memecahkan permasalahan yang dapat diangkat dalam laporan ini

4. BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Bab ini terdiri atas profil perusahaan, pengumpulan data, dan pengolahan data. Data yang digunakan adalah data yang didapat dari hasil observasi langsung ke bagian Pergudangan PT. Candika Wastu Pramathana.

5. BAB V ANALISIS

BAB ini berisi menganalisis dan membahas pokok permasalahan dan tujuan penelitian yang telah dikemukakan pada bab 1 yaitu menganalisis perilaku mengeluhnya pelanggan berdasarkan pengumpulan dan pengolahan data yang telah dilakukan pada bab sebelumnya.

6. BAB VI PENUTUP

BAB ini penulis menguraikan hasil akhir analisis dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab 5 berupa kesimpulan dari analisis dan pembahasan pokok permasalahan dan tujuan dari penelitian serta memberikan syarat dengan memberikan saran dari hasil kesimpulan tersebut. kepada perusahaan yang mungkin dapat digunakan sebagai bahan masukan bagi perusahaan dan pihak lain.

