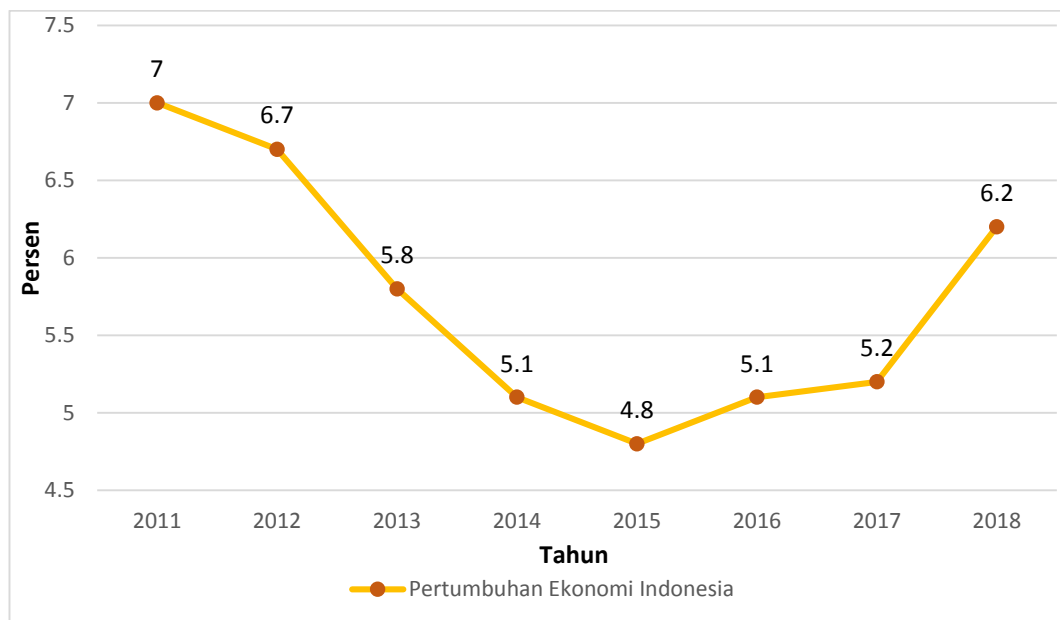


# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Dunia usaha saat ini mengalami perkembangan yang kompleks dari segi persaingan, kelangsungan hidup, dan juga alokasi sumber-sumber yang dimiliki. Hal ini dibuktikan melalui pertumbuhan ekonomi Indonesia yang relatif tidak stabil tiap tahunnya.



Sumber : [www.katadata.co.id](http://www.katadata.co.id), 2017

**Gambar 1.1**  
**Pertumbuhan Ekonomi Indonesia**

Grafik diatas menunjukkan perekonomian Indonesia tidak stabil dari tahun 2011-2018, Bambang Brodjonegoro selaku kepala Bappenas (Badan Perencanaan Pembangunan Nasional) menjelaskan *resume* grafik pertumbuhan ekonomi, yaitu pada tahun 2011 sebesar 7 %, turun 0,3% menjadi 6,7% di tahun 2012 hingga tahun 2015 pertumbuhan ekonomi Indonesia menurun menjadi 4,8%,

tahun 2016 menjadi 5,1 %, pertumbuhan ekonomi Indonesia diharapkan membaik melalui harga komoditas serta iklim investasi. Kondisi tersebut menyebabkan pelaku usaha perlu mengambil langkah-langkah strategis untuk menjalankan usahanya agar tetap eksis dan berdaya saing tinggi sehingga perlu adanya persyaratan dan peralatan dalam mengambil keputusan-keputusan rasional, obyektif, akurat, dan senantiasa berorientasi pada pengembangan usaha. (Sumber:katadata.co.id, 2017)

Perkembangan usaha global saat ini memerlukan manajemen yang mampu melakukan perubahan perspektif. Perusahaan lokal, nasional, dan domestik melakukan ekspansi yang luar biasa cepat dan banyak melalui produk barang dan jasa yang menjadi produk unggulan setiap perusahaan. Perkembangan diatas menunjukkan banyak perusahaan-perusahaan berkembang dan maju cenderung mengedepankan *capital management* (manajemen permodalan) atau *development management* (manajemen pengembangan) sehingga setiap pengelolaan usaha dibidang sumber daya khususnya sumber daya manusia/ *Human Resource* cenderung dikelola oleh pihak lain karena menganggap sumber daya manusia berorientasi padat karya dapat mengganggu percepatan perkembangan perusahaan.

Saat ini persaingan dibidang usaha terutama dibidang jasa semakin kompetitif. Hal ini diikuti dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin pesat dan membawa pengaruh lingkungan yang cukup besar menyebabkan setiap perusahaan harus memposisikan kepuasan konsumen sebagai tujuan utama. Komitmen perusahaan saat ini menyertakan kepuasan konsumen sebagai suatu

misi, tujuan, dan media promosi. Melalui kepuasan yang terpenuhi, perusahaan berharap mendapatkan citra positif dari para konsumennya.

Menurut Sunyoto (2012:45) kualitas merupakan suatu ukuran untuk menilai bahwa suatu barang atau jasa telah mempunyai nilai guna seperti yang dikehendaki atau dengan kata lain suatu barang atau jasa dianggap telah memiliki kualitas apabila berfungsi atau mempunyai nilai guna seperti yang diinginkan. Kualitas yang sesuai dengan keinginan konsumen memiliki nilai guna produk/jasa yang maksimal.

Menurut Tjiptono dan Chandra (2016:137) terdapat lima dimensi kualitas yang menentukan kualitas pelayanan di sektor jasa yaitu : (a) *Tangible* (Bukti Fisik) meliputi fasilitas fisik perlengkapan pegawai dan sarana komunikasi, (b) *Empathy* meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan dengan konsumen, komunikasi yang baik, serta perhatian terhadap kebutuhan para konsumen, (c) *Reliability* (Kepercayaan) kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat, segera dan memuaskan serta terpercaya, (d) *Responsiveness* (Tanggung Jawab) kemampuan dan keinginan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada konsumen dengan penyampaian informasi yang jelas, (e) *Assurance* (Jaminan) mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat yang dapat dipercaya yang dimiliki para staf perusahaan.

Pada suatu produk terkandung nilai ekonomis yang disebut harga. Harga turut dipertimbangkan oleh para konsumen, untuk mengetahui apakah barang/jasa yang dibeli sesuai dengan uang yang dikeluarkan (*Value for Money*). Pada situasi tertentu konsumen sangat sensitif terhadap harga, harga yang lebih tinggi

dibandingkan dengan pesaing dapat menurunkan kepuasan konsumen namun harga juga dapat digunakan sebagai indikator pengganti kualitas produk dengan hasil bahwa harga yang lebih tinggi dipandang positif oleh segmen tertentu. Menurut Kotler & Armstrong (2012:110) harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.

Faktor yang akan diteliti selanjutnya yaitu faktor promosi, promosi yang dilakukan perusahaan merupakan informasi yang disebarkan dengan tujuan perluasan informasi kepada masyarakat maupun konsumen. Menurut Lupiyoadi (2013:180) pengertian promosi adalah kegiatan untuk meningkatkan arus barang atau jasa dari produsen sampai pada penjualan akhirnya.

Promosi yang dilakukan perusahaan juga mempengaruhi pemikiran konsumen tentang kemampuan dan citra merek perusahaan tersebut, menurut Kotler dan Armstrong (2012:233) Citra merek adalah sekumpulan asosiasi merek yang terbentuk pada benak konsumen. Merek dapat dideskripsikan dengan karakteristik-karakteristik tertentu seperti manusia, semakin positif deskripsi tersebut semakin kuat citra merek dan semakin banyak kesempatan bagi pertumbuhan merek itu (Roslina, 2010:338). Citra merek mengacu pada skema memori akan sebuah merek, yang berisikan interpretasi konsumen atas atribut, kelebihan, penggunaan, situasi para pengguna dan karakteristik pemasar atau karakteristik pembuat dari produk/merek tersebut. Citra merek adalah apa yang konsumen pikirkan dan rasakan ketika mendengar atau melihat nama suatu merek. (Kotler dan Keller, 2012:138).

Dalam perkembangannya perusahaan penyedia tenaga kerja dikenal dengan istilah Perusahaan Penyedia Jasa Pekerja/Buruh (PPJP/B) terus berkembang seiring dengan kompleksnya permasalahan ketenagakerjaan di Indonesia mulai dari proses rekrutmen tenaga kerja, pemberian hak pekerja, pendaftaran jamsostek, produktivitas kerja hingga performa pekerja dalam menjalankan pekerjaannya, sehingga mengharuskan Perusahaan Penyedia Jasa Pekerja/Buruh (PPJP/B) memenuhi aspek hukum seperti pelaksanaan ketentuan normatif sesuai dalam peraturan perundang-undangan yang berlaku, perijinan, persyaratan administrasi menjadi Perusahaan Jasa Pekerja/Buruh (PPJP/B), sertifikasi dan lain-lain serta aspek-aspek kompetensi yang dibutuhkan perusahaan pengguna jasa tenaga kerja.

Keberadaan Perusahaan Penyedia Jasa Pekerja/Buruh (PPJP/B) di Kabupaten Gresik sudah semakin menjamur baik dari lokal kabupaten Gresik maupun dari luar Gresik yang terdaftar maupun yang tidak terdaftar di Dinas Tenaga Kerja Kabupaten Gresik. Didukung kondisi kabupaten Gresik sebagai salah satu kota industri di provinsi Jawa Timur dimana banyak sekali berdiri perusahaan-perusahaan besar antara lain : PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk dan Anak Usahanya, PT. Petrokimia Gresik (Persero) dan Anak Usahanya, PT. Maspion, PT. Smelting, dan banyak lagi perusahaan-perusahaan besar, menengah, dan kecil lainnya semakin memicu Perusahaan Penyedia Jasa Pekerja/Buruh (PPJP/B) tumbuh dan berkembang seiring waktu.

Seperti halnya Perusahaan Penyedia Jasa Pekerja/Buruh (PPJP/B) lainnya, PT. Swabina Gatra adalah Perusahaan Penyedia Jasa Pekerja/Buruh (PPJP/B) yang berdiri sejak tanggal 28 Oktober 1988 yang berkantor pusat di Jl.

RA. Kartini No. 21A Gresik, bergerak dibidang: Penyedia Jasa Tenaga Kerja, Jasa Pengendara, Jasa *Cleaning Service*, Jasa *Security*, Pengelolaan Gudang, Pemeliharaan Peralatan, Perdagangan Umum, Persewaan Kendaraan, dan Produsen Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) “SWA” serta memiliki *Sister Company* (Anak Perusahaan) yang bergerak dibidang *Ticketing, Tour, and Travel*.

PT. Swabina Gatra merupakan perusahaan swasta nasional yang tergabung dalam SEMEN INDONESIA GROUP dengan dedikasi penyempurnaan mutu produk jasa berkualitas disemua kegiatan bidang usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen yang semakin berkembang. PT. Swabina Gatra menunjukkan komitmen perusahaan untuk memberi pelayanan optimal kepada konsumennya dengan selalu menyediakan sumber daya yang profesional diharapkan hal itu mampu meningkatkan kualitas layanan dan citra perusahaan di hadapan konsumen.

Selama 29 tahun berdiri, PT. Swabina Gatra melayani semua kebutuhan terkait dengan Penyediaan Jasa Tenaga Kerja untuk ditempatkan diwilayah yang ditentukan konsumen. Hingga tahun 2017 Swabina telah menempatkan karyawan sebanyak 5.021 orang diberbagai kota dan Perusahaan pengguna jasa *outsourcing* dibelahan Pulau Jawa dan Luar Pulau Jawa.

**Tabel 1.1**  
**DAFTAR PENGGUNA JASA *OUTSOURCING***  
**PT. SWABINA GATRA GRESIK**  
**DI INDONESIA**

1. PT. SEMEN INDONESIA (PERSERO) Tbk.	19. PT. ARTAWA INDONESIA
2. PT. SEMEN KUPANG (PERSERO) Tbk.	20. RUMAH SAKIT DENISA
3. PT. SEMEN TONASA (PERSERO) Tbk.	21. PT. TRANS PASIFIC PETROCHEMICAL INDOTAMA ( TPPI )
4. PT. SILOG	22. PT. ALSTOM POWER ENERGY SYSTEM INDONESIA
5. PT. VARIA USAHA BAHARI	23. PT. AJINOMOTO INDONESIA & PT. AJINEX INTERNATIONAL
6. PT. CIPTA NIRMALA (RUMAH SAKIT SEMEN GRESIK)	24. PT. SALAM PACIFIC INDONESIA LINES SURABAYA ( SPIL )
7. DANA PENSIUN SEMEN GRESIK	25. PT. SANTOS JAYA ABADI (KOPI KAPAL API)
8. PT. INDUSTRI KEMASAN SEMEN GRESIK	26. PALANG MERAH INDONESIA (SERANG & JAKARTA)
9. PT. UNITED TRACTORS SEMEN GRESIK	27. PT. PANEN LESTARI INTERNUSA (SOGO SURABAYA)
10. PT. KSO SG-SI	28. PT. ECCO INDONESIA – SIDOARJO
11. KOPERASI WARGA SEMEN GRESIK ( KWSG )	29. PT. CJ KOREA
12. PT. SGG ENERGI PRIMA	30. PT. CJ GLS INDONESIA
13. PT. SINERGY INFORMATIKA SEMEN INDONESIA	31. PT. TJOKRO BERSAUDARA GRESIK
14. PT. JAYABORAL PLASTERBOARD	32. PT. GRESIK DISTRIBUTION TERMINAL ( SHELL INDONESIA )
15. PT. IKSG TUBAN	33. PT. CIPUTRA SURYA SURABAYA
16. PT ARINA PARAMA JAYA	34. WATERPARK PT. CIPUTRA SURYA Tbk. (TAMAN DAYU & CITRA GARDEN)
17. BANK MANDIRI GRESIK	35. BANK MAYAPADA SURABAYA
18. UNIVERSITAS CIPUTRA	36. PERUMAHAN CITRA GARDEN

*Sumber : PT. Swabina Gatra (2017)*

Berdasarkan tabel diatas, peneliti tertarik meneliti terkait kepuasan konsumen PT. Swabina Gatra Gresik. Berdasarkan survei pendahuluan yang dilakukan, diperoleh data awal omzet penjualan jasa tenaga kerja PT. Swabina Gatra dari tahun 2013-2017 adalah sebagai berikut:

**Tabel 1.2**  
**Data Omzet Jasa Tenaga Kerja**  
**Tahun 2013-2017**

Tahun	Omzet Jasa Tenaga Kerja (Rp.)	Kenaikan %
2013	147.594.155.968	-
2014	173.423.133.262	17,50
2015	210.284.220.237	21,26
2016	242.352.563.824	15,25
2017	281.734.855.445	16,25

*Sumber : Laporan Keuangan PT. Swabina Gatra tahun 2013 s/d 2017*

Sesuai data diatas, diketahui perusahaan mampu meningkatkan omzet penjualan jasa tenaga kerja PT. Swabina Gatra setiap tahun. Tahun 2013 omzet PT. Swabina Gatra sebesar Rp. 147 miliar, naik 17,5% di tahun 2014 sebesar Rp. 173 miliar, tahun 2015 sebesar Rp. 210 miliar naik 21%, tahun 2016 sebesar Rp. 242 miliar naik 15%, dan tahun 2017 tercatat sebesar Rp. 281 miliar naik 16%.

Menurut Irawan (2012:37) faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen antara lain: kualitas produk, harga, kualitas layanan, *emotional factor/brand image*, dan kemudahan. Menurut Cannon (2008:69) faktor promosi mampu memberikan informasi antara penjual dan pembeli potensial serta pihak lain untuk mempengaruhi sikap dan perilaku kepuasan konsumen.

Alasan peneliti menjadikan PT. Swabina Gatra sebagai objek penelitian karena perusahaan mampu meningkatkan omzet jasa tenaga kerja setiap tahunnya dalam 5 tahun terakhir sedangkan pertumbuhan ekonomi Indonesia relatif tidak stabil dari tahun 2013-2017. Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti telah mengumpulkan data pendukung untuk melakukan penelitian. Judul yang ditetapkan peneliti adalah **“Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Promosi, Dan Citra**



## **Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa *Outsourcing* PT. Swabina Gatra di Jawa Timur”.**

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian diatas, maka masalah yang dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen jasa *outsourcing* PT. Swabina Gatra ?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen jasa *outsourcing* PT. Swabina Gatra ?
3. Apakah promosi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen jasa *outsourcing* PT. Swabina Gatra ?
4. Apakah citra merek berpengaruh terhadap kepuasan konsumen jasa *outsourcing* PT. Swabina Gatra ?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk menganalisis ada tidaknya pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen jasa *outsourcing* PT. Swabina Gatra.
2. Untuk menganalisis ada tidaknya pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen jasa *outsourcing* PT. Swabina Gatra.
3. Untuk menganalisis ada tidaknya pengaruh promosi terhadap kepuasan konsumen jasa *outsourcing* PT. Swabina Gatra.
4. Untuk menganalisis ada tidaknya pengaruh citra merek terhadap kepuasan konsumen jasa *outsourcing* PT. Swabina Gatra.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Bagi perusahaan/ instansi pengguna jasa *outsourcing* di Gresik.

Sebagai referensi kepada manajemen perusahaan pengguna jasa *outsourcing* saat ini dan yang akan datang dalam penggunaan jasa *outsourcing*

2. Bagi Peneliti

Untuk menambah wawasan di dunia kerja, menambah pengalaman dalam hal penelitian dan menambah pengetahuan.