

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Dalam dunia bisnis yang kompetitif saat ini, strategi pemasaran telah menjadi kunci utama dalam menciptakan dan mempertahankan kepuasan pelanggan (Kotler, 2019:34). Di antara berbagai elemen strategi pemasaran, strategi harga, produk, dan promosi memiliki peran yang sangat penting dalam memengaruhi persepsi dan pengalaman pelanggan terhadap suatu merek atau produk (Kotler & Keller, 2019:67). Oleh karena itu, pemahaman yang mendalam tentang bagaimana ketiga elemen ini saling berinteraksi dan saling memengaruhi menjadi krusial bagi keberhasilan suatu perusahaan dalam menjaga kepuasan pelanggan mereka. Dalam konteks ini, penelitian tentang pengaruh harga, produk, dan promosi terhadap kepuasan pelanggan menjadi subjek yang menarik dan relevan bagi para praktisi pemasaran dan peneliti bisnis. Untuk memahami lebih lanjut tentang bagaimana strategi harga, produk, dan promosi mempengaruhi kepuasan pelanggan, kita perlu menggali lebih dalam tentang interaksi antara ketiga faktor tersebut serta implikasi praktisnya dalam konteks bisnis.

PT Bina Mitra Artha merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang jasa penunjang pertambangan migas dan panas bumi. Sebagai perusahaan yang berfokus pada sektor ini, PT Bina Mitra Artha memiliki peran penting dalam menyediakan layanan dan solusi yang mendukung operasi pertambangan migas dan panas bumi di Indonesia. Perusahaan ini menyediakan berbagai jenis layanan teknis dan konsultasi untuk membantu perusahaan-perusahaan pertambangan dalam menjalankan operasi mereka dengan efisien dan berkelanjutan.

Sebagai penyedia jasa penunjang, PT Bina Mitra Artha menawarkan berbagai layanan tidak terbatas pada, jasa survei geologi dan geofisika, konsultasi teknis,

perencanaan dan desain, serta manajemen proyek. Tim ahli yang berpengalaman dalam industri pertambangan migas dan panas bumi dipercaya untuk memberikan solusi yang sesuai dengan kebutuhan klien mereka. Dengan demikian, perusahaan ini berperan dalam membantu klien mereka untuk mengidentifikasi sumber daya, merencanakan lokasi pengeboran, dan mengelola operasi pertambangan dengan efisien.

Penelitian tentang pengaruh strategi harga, produk, dan promosi terhadap kepuasan pelanggan pada PT Bina Mitra Artha merupakan langkah yang krusial dalam memahami faktor-faktor yang memengaruhi kesuksesan perusahaan dalam mempertahankan dan meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. PT Bina Mitra Artha, sebagai perusahaan yang beroperasi dalam industri jasa pendukung migas dan panas bumi, memiliki kepentingan besar dalam memahami preferensi, persepsi, dan kepuasan pelanggan untuk dapat bersaing secara efektif di pasar yang semakin kompetitif. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana strategi harga, produk, dan promosi yang diterapkan oleh PT Bina Mitra Artha mempengaruhi kepuasan pelanggan. Berikut hasil survei kepuasan pelanggan pada PT Bina Mitra Artha dalam 5 tahun terakhir.



Gambar 1.1. Survei Kepuasan Pelanggan PT Bina Mitra Artha

Data survei kepuasan pelanggan PT Bina Mitra Artha menggambarkan sebuah tren yang berfluktuasi dalam mencapai target yang telah ditetapkan. Pada tahun 2019, perusahaan berhasil

mengungguli target kepuasan pelanggan sebesar 90% dengan pencapaian yang luar biasa tinggi mencapai 96%. Namun demikian, periode selanjutnya mengalami penurunan, terutama pada tahun 2021 dan 2022, di mana realisasi kepuasan pelanggan jauh di bawah target yang ditetapkan. Meskipun demikian, terdapat sedikit peningkatan pada tahun 2023, meskipun tetap di bawah target. Analisis mendalam diperlukan untuk memahami penyebab penurunan kinerja ini dan mengambil langkah-langkah perbaikan yang tepat agar PT Bina Mitra Artha dapat mempertahankan keunggulan dalam memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan.

Penurunan kinerja kepuasan pelanggan dapat memiliki dampak yang signifikan bagi PT Bina Mitra Artha. Selain potensi pengurangan loyalitas pelanggan, hal ini juga dapat merusak citra perusahaan dan mengganggu kinerja keuangan. Oleh karena itu, perusahaan perlu melakukan evaluasi menyeluruh terhadap sistem dan proses yang ada untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang menyebabkan penurunan kinerja tersebut. Langkah-langkah perbaikan yang tepat dan strategis perlu diterapkan untuk memastikan bahwa perusahaan dapat kembali memenuhi atau bahkan melampaui target kepuasan pelanggan yang telah ditetapkan, sehingga dapat mempertahankan kompetitivitasnya di pasar dan memperkuat hubungan dengan pelanggan.

Pentingnya strategi harga dalam konteks kepuasan pelanggan tidak bisa diabaikan. Harga menjadi salah satu faktor utama yang memengaruhi keputusan pembelian pelanggan (Febryanto & Bernarto, 2018). Dengan memahami bagaimana pelanggan menilai harga produk dan layanan yang ditawarkan oleh PT Bina Mitra Artha, perusahaan dapat menyesuaikan strategi harga mereka untuk memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan secara lebih efektif. Selain itu, kualitas produk juga menjadi aspek penting yang berkontribusi terhadap kepuasan pelanggan. Produk yang berkualitas dapat meningkatkan kepercayaan, kepuasan dan loyalitas pelanggan terhadap PT Bina Mitra Artha, sehingga memperkuat posisi perusahaan di pasaran. Dibawah ini disajikan beberapa project yang telah diperoleh oleh PT Bina Mitra Artha yang cukup berhasil dalam menetapkan strategi harga.

COMPANY	PROJECT	CONTRACT NUMBER	PERIOD	CONTRACT VALUE
PT MEDCO E&P LEMBARANG	Jasa Sewa Noken Rig 450 HP Blok-50E & Lembarang Block for Rig 450 / 03A496	200012715	01/01/2015 - 30/09/2016	USD 4.396.000
TAC PERTAMINA EP-PUTRA MENCANA DIKIRI PETROLEUM	Jasa Perbaikan Dan Perawatan Perangkat Bar (Rig) 584 HP / Rig TA/12	00743P-F2002014	04/03/2014 - 17/06/2017	USD 962.840
KSO PERTAMINA EP-SUMBU TARA ENERGY	Jasa Pekerjaan Perbaikan Dan Jasa Perangkat Bar (Rig) Kapasitas 350 HP	00307E-P27002010	14/03/2010 - 01/10/2010	IDR 4.953.640.000
PT PERTAMINA EP Field Pabunohi, Assat 2	Jasa Perbaikan Dan Pergerakan 1 (045) Unit Rig Kapasitas 450 HP untuk Mendukung Pekerjaan Workover dan Well Services di Field Pabunohi, Assat 2 PT Pertamina EP Offshore 1 (045) tahun	440000290	20/06/2010 - 20/11/2010	IDR 23.814.625.000
COOPER ENERGY SURABAYA LIMITED	Perbaikan Dan Pergerakan Rig 300 HP Unit-6 Well Bonor-01	005L-517-010	24/06/2017 - 20/11/2017	IDR 980.000.000
KSO PERTAMINA EP-QC LIDYANG TALANG GULA	Jasa Serting Perbaikan Dan Perawatan Senter Candi-02 dan Candi-01	001021 LTG00010210	08/11/2010 - 08/09/2010	USD 95.000
PERTAMINA Hulu Energi RILJA TERPILAH	Jasa Sewa Dan Pergerakan 1 (045) Unit Rig Kapasitas 300 HP Unit-6 Perawatan Senter Mager	12010410 A2	17/06/2010 - 20/04/2011	IDR 23.462.340.000

Gambar 1.1. Project PT Bina Mitra Artha

Berdasarkan Gambar 1.1 di atas menunjukkan keberhasilan PT Bina Mitra Artha dalam menentukan strategi harga yang berdampak pada perolehan *project* yang diterima. Tidak hanya itu, promosi juga memiliki peran penting dalam memengaruhi persepsi dan preferensi pelanggan terhadap produk dan layanan PT Bina Mitra Artha. Melalui promosi yang efektif, perusahaan dapat meningkatkan kesadaran merek, menarik minat pelanggan potensial, dan memperkuat hubungan dengan pelanggan (Ji, 2021). Oleh karena itu, penting untuk menganalisis bagaimana strategi promosi yang diimplementasikan oleh PT Bina Mitra Artha memengaruhi persepsi dan sikap pelanggan terhadap merek dan produk mereka.

Penelitian ini juga memberikan kesempatan untuk melihat dampak dari interaksi antara strategi harga, produk, dan promosi terhadap kepuasan pelanggan. Dalam konteks bisnis, strategi-strategi ini seringkali saling terkait dan saling memengaruhi. Misalnya, harga yang terlalu tinggi dapat mengurangi kepuasan pelanggan meskipun produk memiliki kualitas yang baik, atau promosi yang menarik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan meskipun harga relatif tinggi. Oleh karena itu, penting untuk menggali bagaimana interaksi antara ketiga faktor ini mempengaruhi persepsi dan kepuasan pelanggan secara holistik.

Terakhir, penelitian ini juga memberikan landasan untuk pengembangan rekomendasi praktis bagi PT Bina Mitra Artha dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dan mencapai tujuan bisnis mereka. Dengan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, perusahaan dapat mengidentifikasi peluang untuk peningkatan, mengoptimalkan sumber daya, dan mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif untuk mendukung pertumbuhan dan keberhasilan jangka panjang mereka.

Berdasarkan fenomena yang telah diuraikan di atas, maka perlu dilakukan kajian yang lebih mendalam, untuk melihat hubungan antara kedua variabel maka dipilih judul **Pengaruh Harga, Produk dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Bina Mitra Artha.**

1.2. Identifikasi Masalah

Dalam konteks PT Bina Mitra Artha yang bergerak di bidang jasa penunjang pertambangan migas dan panas bumi, beberapa masalah yang berkaitan dengan strategi harga, produk, dan promosi dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Strategi Harga yang Kurang Kompetitif: PT Bina Mitra Artha menghadapi masalah dengan strategi harga mereka yang kurang kompetitif dibandingkan dengan pesaing di pasar.
2. Kesenjangan Antara Kualitas dan Harga: harga produk PT Bina Mitra Artha tidak sesuai dengan kualitas yang mereka tawarkan, klien mungkin merasa bahwa mereka tidak mendapatkan nilai yang sepadan dengan uang yang mereka bayarkan. Hal ini dapat menyebabkan kehilangan pelanggan dan reputasi perusahaan yang buruk.
3. Kualitas Produk yang Rendah: Produk yang ditawarkan oleh PT Bina Mitra Artha kurang memenuhi standar kualitas yang diharapkan oleh klien, hal ini

dapat mengakibatkan ketidakpuasan pelanggan dan kerugian reputasi perusahaan.

4. Promosi yang Tidak Efektif: PT Bina Mitra Artha memiliki berbagai program promosi untuk memasarkan layanan mereka, promosi tersebut belum efektif dalam menjangkau dan meyakinkan klien potensial. Kurangnya strategi promosi yang tepat dapat mengurangi tingkat kesadaran merek dan minat pelanggan potensial.
5. Tidak Optimalnya Pemanfaatan Media Promosi: PT Bina Mitra Artha mengalami masalah, mereka tidak memanfaatkan media promosi secara optimal. Kurangnya kehadiran online atau penekanan yang tidak memadai pada saluran promosi yang efektif dapat mengurangi efektivitas upaya promosi mereka.

Dengan mengidentifikasi masalah-masalah ini, PT Bina Mitra Artha dapat mengambil langkah-langkah strategis untuk meningkatkan strategi harga, produk, dan promosi mereka.

1.3. Pembatasan Masalah

1. Fokus pada Variabel Utama: Penelitian ini akan membatasi analisisnya pada empat variabel utama: harga, produk, promosi, dan kepuasan pelanggan.
2. Metode Penelitian: Penelitian ini akan menggunakan metode kuantitatif untuk mengumpulkan dan menganalisis data, dengan fokus pada angka dan statistik untuk menyelidiki hubungan antara variabel-variabel yang diteliti.

1.4. Perumusan Masalah

Mengacu pada latar belakang masalah, maka peneliti merinci pertanyaan penelitian yang timbul berdasarkan permasalahan pokok yang ada dan diungkap dalam bentuk pertanyaan.

1. Apakah secara parsial harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Bina Mitra Artha ?
2. Apakah secara parsial produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Bina Mitra Artha ?
3. Apakah secara parsial promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Bina Mitra Artha ?
4. Apakah secara simultan harga, produk dan promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Bina Mitra Artha ?

1.5. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan memberikan bukti empiris atas:

1. Untuk mengetahui apakah secara parsial harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Bina Mitra Artha ?
2. Untuk mengetahui apakah secara parsial produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Bina Mitra Artha ?
3. Untuk mengetahui apakah secara parsial promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Bina Mitra Artha ?
4. Untuk mengetahui apakah secara simultan harga, produk dan promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Bina Mitra Artha ?

1.6. Manfaat Penelitian

1.6.1. Manfaat Teoritis

1. Kontribusi terhadap Teori Pemasaran: Penelitian ini dapat memberikan kontribusi penting terhadap pengembangan teori pemasaran dengan menguji dan memperluas pemahaman tentang hubungan antara strategi harga, produk,

promosi, dan kepuasan pelanggan dalam konteks industri jasa penunjang pertambangan migas dan panas bumi.

2. Pengembangan Kerangka Kerja Konseptual: Penelitian ini dapat membantu dalam membangun dan menguji kerangka kerja konseptual yang dapat digunakan sebagai panduan bagi peneliti dan praktisi dalam memahami faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan di sektor yang serupa.

1.6.2. Manfaat Praktis

1. Informasi untuk Pengambilan Keputusan: Hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan yang berharga bagi manajemen PT Bina Mitra Artha dalam merancang dan mengevaluasi strategi pemasaran mereka, terutama dalam hal menentukan kebijakan harga, pengembangan produk, dan pelaksanaan promosi yang efektif.
2. Peningkatan Kepuasan Pelanggan: Dengan memahami lebih baik bagaimana strategi harga, produk, dan promosi memengaruhi kepuasan pelanggan, PT Bina Mitra Artha dapat mengidentifikasi area di mana mereka dapat meningkatkan layanan mereka untuk memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan reputasi perusahaan.

1.7. Sistematika Penulisan

Guna memahami lebih lanjut laporan ini, maka materi-materi yang tertera pada laporan skripsi ini di kelompokkan menjadi beberapa sub bab dengan sistematika penyampaian sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, sistematika penulisan itu sendiri.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan teori yang berupa pengertian dan definisi yang di ambil dari kutipan buku yang berkaitan dengan penyusunan laporan skripsi serta beberapa literatur yang berhubungan dengan penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang tempat dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel dan teknik analisis data penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran obyek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan yang secara lebih lengkap mengupas berbagai fenomena yang ada dalam penelitian.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan simpulan yang merupakan hasil akhir atas penelitian ini dan juga saran yang berisi masukan untuk pihak obyek penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang berbagai buku, jurnal, rujukan yang secara sah digunakan dalam penyusunan penelitian ini.