

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Manajemen kualitas produk yang baik tidak hanya mencerminkan keberhasilan proses produksi, tetapi juga menjadi logist utama dalam menjaga keberlanjutan bisnis, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan menciptakan keunggulan kompetitif. Dalam era globalisasi dan persaingan pasar yang semakin ketat, perusahaan dituntut untuk terus berinovasi serta memastikan produk yang dihasilkan memenuhi standar kualitas yang tinggi dan konsisten.

Menurut Shiyamy et al (2021), manajemen kualitas produk merupakan proses sistematis untuk memastikan bahwa produk yang dihasilkan sesuai dengan standar yang telah ditetapkan, baik dari segi spesifikasi teknis, fungsi, maupun estetika. Proses ini mencakup seluruh tahapan produksi, mulai dari pemilihan bahan baku, pengawasan selama proses manufaktur, hingga inspeksi akhir sebelum produk dikirimkan kepada pelanggan.

Salah satu tujuan utama dari manajemen kualitas adalah untuk menjaga dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Pelanggan yang menerima produk berkualitas tinggi cenderung memiliki tingkat kepuasan yang lebih besar, loyal terhadap merek, dan berpotensi merekomendasikan produk kepada orang lain. Sebaliknya, jika kualitas produk rendah atau tidak konsisten, maka pelanggan cenderung kecewa, melakukan pengembalian produk, hingga beralih ke pesaing. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk sangat berkorelasi dengan kepuasan pelanggan, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Lebih lanjut, Saputra et al. (2024) menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk kualitas produk, keandalan layanan, dan konsistensi dalam pemenuhan kebutuhan pelanggan. Ketika perusahaan gagal memastikan bahwa produk yang diberikan sesuai

dengan ekspektasi pelanggan, maka akan berdampak pada menurunnya tingkat kepuasan, yang pada akhirnya memengaruhi reputasi dan kinerja operasional perusahaan.

CV Wery Group sebagai salah satu pelaku usaha lokal di Kota Gunungsitoli, menghadapi tantangan geografis, infrastruktur yang terbatas, serta kondisi pasar yang dinamis. Kota Gunungsitoli, sebagai pusat pertumbuhan ekonomi di Pulau Nias, menyimpan potensi besar dalam sektor bisnis dan industri. Namun, kendala logistik dan terbatasnya akses transportasi sering kali berdampak pada kualitas produk akhir yang diterima pelanggan.

Menurut Arifin & Widwi Handari Adji (2023), Penerapan manajemen kualitas produk yang efektif menjadi sangat penting untuk memastikan bahwa produk yang dipasarkan tidak hanya memenuhi standar teknis, tetapi juga memberikan nilai lebih bagi pelanggan. Misalnya, dengan memastikan bahan baku yang digunakan memiliki kualitas tinggi dan proses produksi yang konsisten, maka risiko terjadinya produk cacat atau tidak sesuai spesifikasi dapat diminimalkan.

Kepuasan pelanggan juga erat kaitannya dengan keandalan perusahaan dalam menyediakan produk yang tepat waktu, bebas dari cacat, dan sesuai dengan ekspektasi. Ketepatan waktu dan konsistensi dalam penyediaan produk menjadi indikator penting dalam menilai kinerja perusahaan di mata pelanggan. Selain itu, kemampuan perusahaan dalam memenuhi permintaan pasar secara konsisten menunjukkan komitmen terhadap kualitas dan pelayanan yang berkesinambungan. Jika perusahaan mampu mengelola kualitas produknya dengan baik, maka pelanggan akan merasa dihargai dan puas dengan layanan serta produk yang diterima. Kepuasan ini tidak hanya meningkatkan citra positif perusahaan, tetapi juga mendorong pelanggan untuk melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan produk kepada orang lain. Dalam jangka panjang, hal ini menciptakan hubungan yang saling menguntungkan antara perusahaan dan

pelanggan. Hal ini pada akhirnya akan memperkuat loyalitas pelanggan dan memperluas jangkauan pasar.

Berdasarkan observasi awal, CV Wery Group masih menghadapi beberapa tantangan terkait konsistensi kualitas produk dan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan. Beberapa pelanggan mengeluhkan ketidaksesuaian spesifikasi produk, keterlambatan pengiriman, hingga layanan purna jual yang belum optimal. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara standar manajemen kualitas yang diharapkan dan praktik di lapangan. Masalah-masalah tersebut tidak hanya berdampak pada kepuasan pelanggan secara langsung, tetapi juga berpotensi menurunkan tingkat kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan. Jika tidak segera ditangani, hal ini dapat menyebabkan penurunan loyalitas dan bahkan beralihnya pelanggan ke kompetitor. Oleh karena itu, evaluasi menyeluruh terhadap sistem kontrol kualitas dan proses distribusi sangat diperlukan guna memastikan bahwa setiap produk yang diterima pelanggan sesuai dengan standar yang telah ditetapkan. Peningkatan komunikasi internal, pelatihan karyawan, serta pemanfaatan teknologi untuk pemantauan kualitas juga menjadi langkah strategis yang dapat diterapkan untuk memperbaiki kondisi ini secara berkelanjutan.

Oleh karena itu, penelitian ini menjadi penting untuk menggali sejauh mana hubungan antara manajemen kualitas produk terhadap pengendalian kepuasan pelanggan di CV Wery Group. Dengan memahami hubungan ini secara mendalam, perusahaan dapat mengidentifikasi area perbaikan, meningkatkan sistem pengendalian mutu, serta merancang strategi yang berorientasi pada pelanggan guna meningkatkan daya saing di pasar lokal maupun regional.

Melalui pendekatan yang terukur dan berbasis data, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata bagi pengembangan praktik manajemen operasional di CV Wery Group, serta menjadi referensi berharga dalam upaya penguatan sektor bisnis lokal di Kota Gunungsitoli.

1.2. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah dalam hubungan manajemen kualitas terhadap kepuasan pelanggan di CV Wery Group adalah proses untuk menemukan dan mendefinisikan isu yang relevan dalam penelitian ini. Tujuan dari identifikasi masalah ini yaitu untuk memahami kesenjangan antara praktik manajemen kualitas yang ada dan hasil yang diharapkan dalam pengendalian rantai pasokan, sehingga peneliti dapat merumuskan pertanyaan penelitian yang jelas dan terukur. Berikut adalah identifikasinya:

1. Masalah manajemen kualitas produk di CV Wery Group
2. Masalah pengendalian kepuasan pelanggan di CV Wery group

1.3. Batasan Masalah

Dalam penelitian ini, Batasan masalah ditetapkan untuk memfokuskan kajian dan menghindari perluasan yang tidak relevan mengenai objek penelitian dilapangan. Penelitian lebih diarahkan pada manajemen kualitas yang berkaitan dengan pengendalian kepuasan pelanggan. pembatasan dalam penelitian kuantitatif lebih didasarkan pada tingkat kepentingan, urgensi dan reabilitas masalah yang akan dipecahkan Nurdiana, (2020).

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah diatas maka peneliti membuat pembatasan masalah dengan menggunakan waktu 6 bulan tahun 2024 dimulai dari bulan juli – desember 2024, sehingga berfokus pada Hubungan Manajemen Kualitas Terhadap Pengendalian kepuasan pelanggan di CV Wery Group Kota Gunungsitoli.

1.4. Rumusan Masalah

1. Apakah ada hubungan manajemen kualitas terhadap pengendalian kepuasan pelanggan di CV Wery Group?
2. Seberapa besarkah hubungan manajemen kualitas produk terhadap pengendalian kepuasan pelanggan di CV Wery Group?

1.5. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui hubungan manajemen kualitas terhadap pengendalian kepuasan pelanggan di CV Wery Group.
2. Untuk mengetahui seberapa besar peran manajemen kualitas produk terhadap pengendalian kepuasan pelanggan di CV Wery Group.

1.6. Manfaat Penelitian

1. Manfaat bagi peneliti : penelitian ini memberikan kesempatan bagi peneliti untuk memperdalam pemahaman tentang hubungan antara manajemen kualitas dan pengendalian kepuasan pelanggan, serta mengembangkan keterampilan dalam metodologi penelitian. Melalui analisis data dan interpretasi hasil, peneliti juga dapat meningkatkan keterampilan analitis yang berguna untuk penelitian di masa depan. Penelitian ini juga memungkinkan peneliti untuk membangun jaringan dengan praktisi industri dan akademisi lain, yang bermanfaat untuk kolaborasi dimasa mendatang.
2. Manfaat bagi Lokasi Penelitian (CV Wery Group) : Hasil penelitian dapat membantu CV Wery Group dalam mengidentifikasi area perbaikan dalam manajemen kualitas dan pengendalian kepuasan pelanggan yang pada gilirannya dapat meningkatkan kinerja operasional dan kepuasan pelanggan. Temuan dari penelitian ini juga dapat dijadikan dasar untuk merumuskan strategi pengembangan yang lebih efektif dalam meningkatkan kualitas produk. Dengan menerapkan rekomendasi dari penelitian, CV Wery Group berpotensi untuk mencapai keunggulan kompetitif dipasar lokal maupun regional.
3. Manfaat bagi peneliti selanjutnya : bermanfaat sebagai referensi akademis bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengeksplorasi lebih lanjut tentang manajemen kualitas dan pengendalian kepuasan pelanggan, serta memberikan dasar teori yang kuat untuk penelitian lebih lanjut. Hasil dan data yang diperoleh dari penelitian ini dapat digunakan sebagai data

empiris oleh peneliti lain dalam studi kasus atau analisis lanjutan mengenai topik serupa. Manfaat selanjutnya juga sebagai pembuka jalan bagi pengembangan teori baru atau model yang berkaitan dengan manajemen kualitas dan pengendalian rantai pasokan, memberikan kontribusi pada literatur akademis dibidang tersebut.