

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri manufaktur global mengalami perkembangan yang pesat seiring dengan globalisasi dan kemajuan teknologi digital. Kondisi ini mendorong perusahaan untuk meningkatkan efisiensi operasional serta mengadopsi teknologi modern agar mampu mempertahankan daya saing. Selain itu, kualitas produk dan ketepatan waktu pengiriman menjadi faktor penting dalam memenuhi kepuasan pelanggan di tengah persaingan global yang semakin kompetitif (Deloitte, 2022).

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu faktor utama yang menentukan keberhasilan perusahaan dalam menghadapi persaingan bisnis. Kepuasan ini mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi harapan konsumen. Menurut Wardhana (2024), kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan harapan dengan kinerja yang dirasakan. Oleh karena itu, perusahaan perlu mengelola berbagai faktor yang secara langsung memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan.

Selain berperan sebagai indikator keberhasilan perusahaan dalam memenuhi harapan konsumen, kepuasan pelanggan juga menjadi faktor penting dalam membangun loyalitas serta menjaga keberlangsungan bisnis. Pelanggan yang merasa puas cenderung melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan produk atau jasa kepada pihak lain. Dengan demikian, perusahaan perlu memastikan bahwa produk dan layanan yang diberikan mampu memenuhi atau bahkan melampaui harapan pelanggan (Tjiptono, 2019).

Kepuasan pelanggan merupakan hasil evaluasi terhadap nilai dan pengalaman yang diperoleh setelah menggunakan produk atau jasa. Nilai pelanggan menggambarkan perbandingan antara manfaat yang diterima dengan pengorbanan yang dikeluarkan, sedangkan pengalaman pelanggan berkaitan dengan keseluruhan interaksi yang dirasakan selama proses penggunaan produk atau jasa. Kedua faktor tersebut berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan (Ningsih & Sari, 2024).

Salah satu faktor utama yang memengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas produk. Dalam industri *flexible packaging*, kualitas produk tidak hanya ditentukan oleh bahan kemasan yang digunakan, tetapi juga oleh daya tahan, kualitas cetak, serta kemampuan kemasan dalam melindungi produk. Menurut Puspita, H. J. dan Malik, A. (2025), kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk dalam memberikan kinerja, keandalan, dan nilai yang sesuai atau melebihi harapan konsumen. Oleh karena itu, produk yang memiliki kualitas baik cenderung meningkatkan kepuasan pelanggan dan mendorong terjadinya pembelian ulang. Sebaliknya, apabila kualitas produk tidak memenuhi harapan, pelanggan berpotensi mengalami ketidakpuasan.

Selain kualitas produk, ketepatan waktu pengiriman merupakan faktor penting yang memengaruhi kepuasan pelanggan. Dalam industri *flexible packaging*, ketepatan waktu pengiriman berperan dalam menjaga kelancaran proses produksi pelanggan, karena keterlambatan pengiriman dapat menghambat aktivitas operasional mereka. Menurut Fikih, Kurniawan, dan Kustandi (2025), ketepatan waktu pengiriman adalah kemampuan perusahaan mengirimkan produk sesuai dengan waktu yang telah dijanjikan sebagai bagian dari kualitas pelayanan. Dengan demikian, ketepatan waktu pengiriman menjadi aspek yang sangat penting, khususnya pada industri *business-to-business* (B2B), karena berkaitan langsung dengan efektivitas operasional pelanggan.

Kualitas produk dan ketepatan waktu pengiriman merupakan dua faktor yang saling melengkapi dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Produk yang berkualitas tinggi, didukung oleh pengiriman yang dilakukan secara tepat waktu, mampu memberikan pengalaman yang positif sehingga meningkatkan kepuasan dan mendorong loyalitas pelanggan. Hubungan tersebut didukung oleh berbagai penelitian terdahulu. Gustomo et al. (2025) dan Nisa et al. (2025) menemukan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sementara itu, Rizki dan Purnaya (2026), Kencana et al. (2025), serta Fikih et al. (2025) menyatakan bahwa ketepatan waktu pengiriman juga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan temuan tersebut, dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan akan meningkat apabila perusahaan

secara konsisten menyediakan produk berkualitas tinggi dan mampu melakukan pengiriman tepat waktu.

Industri *flexible packaging* merupakan salah satu sektor strategis karena produknya digunakan secara luas dalam berbagai industri, seperti makanan, minuman, farmasi, dan kosmetik. Kondisi tersebut menjadikan kualitas produk dan layanan sebagai faktor yang secara langsung memengaruhi kelancaran operasional bisnis pelanggan. Proses bisnis pada perusahaan *flexible packaging* meliputi penerimaan pesanan, penentuan spesifikasi produk, proses produksi yang mencakup *printing*, laminasi, hingga *finishing*, serta pengiriman produk kepada pelanggan. Pada setiap tahapan tersebut terdapat potensi permasalahan, seperti ketidaksesuaian kualitas produk, keterlambatan proses produksi, dan keterlambatan pengiriman yang dapat menurunkan tingkat kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, analisis kepuasan pelanggan perlu dilakukan untuk mengetahui sejauh mana produk dan layanan yang diberikan telah memenuhi harapan pelanggan, sekaligus mengidentifikasi aspek-aspek yang masih memerlukan perbaikan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar bagi perusahaan dalam melakukan evaluasi terhadap seluruh proses bisnis sehingga kualitas produk, ketepatan waktu pengiriman, dan loyalitas pelanggan dapat terus ditingkatkan di tengah persaingan industri yang semakin kompetitif.

Pemilihan PT Flexible Packaging sebagai objek penelitian didasarkan pada beberapa pertimbangan. Pertama, industri *flexible packaging* memiliki tingkat pertumbuhan dan persaingan yang tinggi sehingga perusahaan dituntut untuk terus meningkatkan kualitas produk dan layanan. Kedua, perusahaan memiliki keterkaitan langsung dengan variabel penelitian, yaitu kualitas produk dan ketepatan waktu pengiriman, yang merupakan faktor penting dalam membentuk kepuasan pelanggan. Ketiga, dalam kegiatan operasional masih terdapat potensi permasalahan, seperti ketidaksesuaian kualitas produk dan keterlambatan pengiriman, yang berpotensi memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Berdasarkan pertimbangan tersebut, PT Flexible Packaging dinilai sebagai objek penelitian yang relevan untuk mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
2. Apakah ketepatan waktu pengiriman berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
3. Apakah kualitas produk dan ketepatan waktu pengiriman berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan
2. Untuk mengetahui pengaruh ketepatan waktu pengiriman terhadap kepuasan pelanggan
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan ketepatan waktu pengiriman terhadap kepuasan pelanggan

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu manajemen pemasaran, khususnya yang berkaitan dengan kualitas produk, ketepatan waktu pengiriman, dan kepuasan pelanggan. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian empiris mengenai hubungan antarvariabel tersebut serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Perusahaan:

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam mengevaluasi dan meningkatkan kualitas produk serta ketepatan waktu pengiriman guna meningkatkan kepuasan pelanggan.

2. Bagi Peneliti:

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan, wawasan, dan pengalaman dalam menerapkan metode penelitian ilmiah, khususnya pada bidang manajemen pemasaran.

3. Bagi Akademisi:

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan sumber informasi bagi akademisi maupun peneliti yang akan melakukan penelitian lebih lanjut mengenai kualitas produk, ketepatan waktu pengiriman, dan kepuasan pelanggan.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini disusun untuk memberikan gambaran mengenai isi setiap bab agar pembahasan tersusun secara sistematis dan mudah dipahami. Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. BAB I PENDAHULUAN

Pada Bab I memuat latar belakang masalah yang menjadi dasar pelaksanaan penelitian. Selain itu, bab ini menjelaskan rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, serta sistematika penulisan. Seluruh bagian tersebut disusun untuk memberikan gambaran mengenai fokus, ruang lingkup, dan arah penelitian.

2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab II berisi landasan teori yang menjadi dasar dalam menganalisis permasalahan penelitian. Teori yang dibahas meliputi konsep kualitas produk, ketepatan waktu pengiriman, dan kepuasan pelanggan. Selain itu, bab ini memuat hasil penelitian terdahulu yang relevan sebagai bahan perbandingan dan pendukung penelitian. Landasan teori disusun berdasarkan berbagai sumber ilmiah, seperti buku, jurnal, dan referensi lain yang sesuai dengan topik penelitian. Selanjutnya, teori dan penelitian terdahulu digunakan sebagai dasar dalam penyusunan kerangka pemikiran dan perumusan hipotesis penelitian.

3. BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab III ini berisi mengenai metodologi penelitian yang menjelaskan langkah-langkah yang dilakukan oleh penulis dalam melaksanakan penelitian serta penyusunan laporan penelitian. Dalam bab ini diuraikan secara sistematis mengenai jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, serta teknik analisis data yang digunakan. Penyusunan metode penelitian yang terstruktur dan terarah sangat diperlukan agar proses penelitian berjalan dengan baik dan hasil yang diperoleh sesuai dengan tujuan penelitian. Dengan demikian, diharapkan hasil penelitian yang diperoleh bersifat valid, objektif, dan tidak menyimpang dari permasalahan yang telah dirumuskan sebelumnya.

4. BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang analisis dari hasil pengamatan, pengumpulan dan pengelolaan data sehingga hasil yang dicapai selama penelitian dan pembuatan laporan penelitian

5. BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dari pokok-pokok bahasan yang disertai dengan saran- saran bagi pihak terkait sebagai objek penelitian untuk memperbaiki kekurangan yang ada dan untuk perkembangan dimasa yang akan datang.