

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Perkembangan bisnis saat ini semakin pesat seiring dengan peningkatan peradaban manusia yang menyebabkan persaingan semakin ketat baik pada bisnis barang ataupun jasa. Dengan adanya persaingan mendorong setiap perusahaan untuk dapat menciptakan keunggulan. Hal yang harus di penuhi oleh suatu perusahaan agar dapat sukses dalam sebuah persaingan adalah berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Agar tujuan dapat tercapai, maka setiap perusahaan harus memiliki upaya untuk menghasilkan dan menyampaikan barang dan jasa yang dibutuhkan konsumen dengan harga yang pantas (*reasonable*).

Wahdiniwaty, Susi (2022:1) penerapan teknologi pendukung dan pertumbuhan penduduk yang mendukung perputaran perekonomian.. Seiring dengan kemajuan teknologi yang semakin berkembang, membuat para pelaku bisnis lebih memacu diri dalam menghasilkan produk dan jasa yang dapat diterima dan dipergunakan oleh konsumen. Hal tersebut menyebabkan semakin banyak produk dan jasa yang dipasarkan haruslah mempunyai banyak keunggulan yang memudahkan konsumen sebagai penikmat produk dan jasa. Banyak terobosan baru yang dikembangkan oleh produsen yang intinya adalah untuk meningkatkan kualitas produk, Segala upaya yang dilakukan oleh pihak produsen tersebut memacu pihak konsumen untuk melakukan pilihan atau lebih selektif dalam menggunakan suatu jenis produk atau pelayanan dari pihak produsen.

Industri jasa merupakan sektor yang penting dalam perekonomian modern, yang menyediakan berbagai layanan mulai dari keuangan, kesehatan, pendidikan, hiburan, perjalanan, hingga teknologi informasi. Pertumbuhan dan perkembangan industri jasa telah menjadi pendorong utama bagi pertumbuhan ekonomi global, terutama di negara-negara maju. Salah satu karakteristik utama dari bisnis jasa adalah sifatnya yang tidak berwujud (*intangible*) dan sulit diukur secara konkret. Hal ini menimbulkan tantangan tersendiri dalam manajemen operasional, pemasaran, dan pengukuran kinerja perusahaan jasa. Dalam lingkungan bisnis yang semakin kompetitif, perusahaan jasa dituntut untuk terus meningkatkan kualitas layanan guna mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan serta memperluas pangsa pasar. Namun, untuk mencapai hal ini, perusahaan jasa perlu memahami dengan baik kebutuhan, preferensi, dan harapan pelanggan.

Perkembangan teknologi informasi dan digitalisasi juga telah mengubah lanskap bisnis jasa, baik dalam hal cara penyediaan layanan maupun cara interaksi dengan pelanggan. Perusahaan jasa yang mampu memanfaatkan teknologi secara efektif memiliki peluang besar untuk meningkatkan efisiensi operasional, meningkatkan kualitas layanan, dan menciptakan pengalaman pelanggan yang unik. dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa teknologi juga mampu memperluas segala sesuatu dengan cepat seperti informasi yang beredar. Namun, di tengah dinamika tersebut, masih terdapat kebutuhan untuk lebih memahami faktor-faktor apa saja yang memengaruhi keberhasilan perusahaan jasa dalam memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa memerlukan kualitas produk atau jasa yang dinamis, fleksibel, dan menarik guna

mampu bersaing. Wijayanti & Wahdiniwaty (2016:34) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa Indonesia akan memasuki era perdagangan bebas Asia Tenggara dalam rangka Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) 2015. Keadaan ini memaksa perusahaan untuk lebih tanggap terhadap perubahan pasar yang cepat serta dinamis.

Industri dibidang jasa salah satunya adalah industri radio yang telah mengalami evolusi yang signifikan sejak penemuannya. Dari menjadi sarana komunikasi utama menjadi platform hiburan dan informasi yang beragam, radio tetap memegang peran penting dalam menyampaikan pesan kepada masyarakat secara luas. Pada saat yang sama, industri radio juga menghadapi tantangan besar, terutama dalam menghadapi persaingan dengan media digital, seperti platform streaming musik dan podcast. Rahma Wahdiniwaty (2021:445) menyebutkan bahwa aplikasi media sosial Web 2.0 seperti Facebook, Instagram, Twitter dan semacamnya masih terus menciptakan peluang baru bagi perusahaan untuk meningkatkan operasi internal mereka dan berkolaborasi dengan cara baru dengan pelanggan, mitra bisnis, dan pemasok mereka. Dalam konteks ini, usaha di bidang jasa radio memainkan peran yang krusial. Perusahaan-perusahaan radio tidak hanya bertanggung jawab atas penyiaran program-program yang menarik dan relevan, tetapi juga harus memastikan kualitas teknis siaran, serta memahami dan merespons kebutuhan audiens mereka dengan tepat. Radio pun menjadi salah satu pilihan para penyanyi dan bintang tamu untuk mempromosikan karyanya berupa lagu atau produk yang diciptakan. Tak pernah terlewat oleh management dari para penyanyi ataupun produk bahwa radio harus menjadi daftar penting yang ada ketika

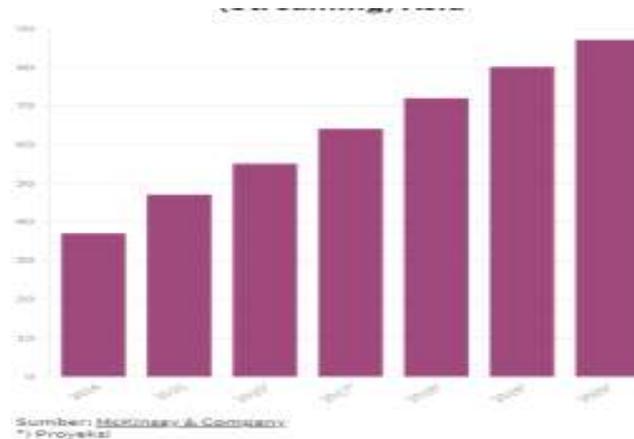
berpromosi, namun dijamin yang serba digital ini radio hampir saja tersisihkan dari daftar karena banyaknya digital *streaming platform* yang berkembang.



Sumber : Kemp (2020)

### Gambar 1. 1 Penggunaan Aplikasi Seluler Kategori Indonesia 2020

Pada saat yang sama, industri radio juga menghadapi tantangan besar, terutama dalam menghadapi persaingan dengan media digital, seperti platform streaming musik joox, spotify, dan youtube. Pada Gambar 1.1 menjelaskan bahwa 56% populasi di Indonesia menggunakan aplikasi music streaming untuk mendengarkan musik (Kemp, 2020). Saat ini, mendengarkan musik merupakan salah satu kebutuhan banyak orang di dunia, karena dapat memberikan ketenangan jiwa bagi banyak pendengarnya dan juga salah satu cara mendekatkan diri para fans kepada karya penyanyi yang diidolakannya (Nugroho, 2020). Seiring dengan banyaknya pembajakan yang dapat berdampak buruk pada perkembangan industri musik, kini banyak label rekaman, musisi, bahkan konsumen penikmat musik yang banyak menggunakan layanan streaming musik (Dewi, 2021). Dengan ada layanan streaming musik membuat keberadaan pertumbuhan industri musik semakin membaik (Amalia, 2016).

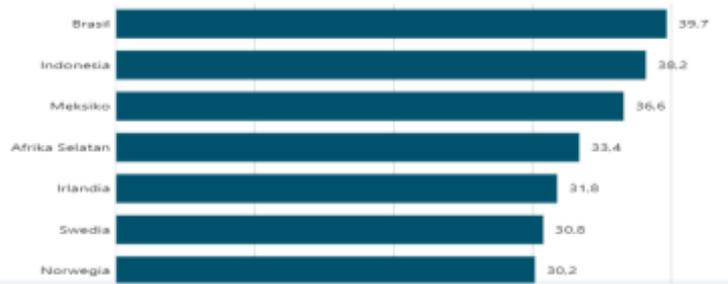


Sumber : pusparisa (2020)

### **Gambar 1. 2 Perkembangan pengguna media digital (*streaming*)**

Pada Gambar 1.2 perkembangan pengguna musik digital (*streaming*) naik secara signifikan. Pada tahun 2014 terdapat 37 juta pengguna musik digital (*streaming*) di Asia, kemudian pada tahun 2020 naik secara signifikan menjadi sebanyak 87 juta pengguna musik digital (*streaming*) di Asia. Dengan kata lain, penggunaan musik *streaming* di Asia bertumbuh lebih dari 100% dalam kurun waktu 6 tahun (Pusparisa, 2020). Perubahan preferensi dan perilaku konsumen mengharuskan perusahaan-perusahaan radio untuk terus berinovasi dan menyesuaikan strategi mereka agar tetap relevan dan berdaya saing.

Selain musik perkembangan podcast audio maupun audiovisual di Indonesia tergolong cukup signifikan. Hal ini bisa dilihat dari persentase pendengar podcast di Indonesia terbesar kedua di dunia per kuartal III 2021, menurut data GlobalWebIndex (GWI). Bahkan, Spotify sebagai salah satu platform penyedia konten podcast menyebutkan, sejak rilis di 2019, konsumsi podcast di Indonesia mengalami peningkatan hingga lima kali lipat dalam tiga tahun terakhir.



Sumber : *WeAreSocial* 2024

**Gambar 1. 3 Persentase pendengar podcast (Januari 2024)**

Menurut laporan *We Are Social* terbaru, pada Januari 2024 Indonesia menempati posisi kedua negara yang paling sering mendengarkan podcast sepekan sekali, dengan proporsi sebanyak 38,2%. *We Are Social* juga melaporkan, secara global perempuan lebih sering mendengarkan podcast ketimbang laki-laki. Perempuan yang biasa mendengarkan podcast mayoritasnya berusia 16-24 tahun (23,6%) dan 25-34 tahun (22,6%). Jika diamati, podcast menjadi salah satu siaran yang masih eksis dan akan tetap eksis selain radio dan televisi. Sebagai pendatang baru media hiburan tanah air, salah satu penyebab keeksisan dan kelarisan podcast di Indonesia adalah karena Indonesia memiliki sumber daya manusia (SDM) yang unggul dalam bidang entertainment atau hiburan.

Selain itu yang membuat podcast menjadi media terdepan adalah dari masyarakatnya atau netizen itu sendiri. Netizen Indonesia memiliki rasa penasaran yang lebih terhadap suatu topik. Apalagi jika topik tersebut kontroversial dan menjadi trending di media sosial. Dengan netizennya yang memiliki antusiasme tinggi, para public figure maupun influencer di Indonesia akan berlomba untuk membuat podcast semenarik mungkin supaya netizen Indonesia menonton video mereka. Oleh karena itu, dengan banyaknya kelebihan yang dimiliki oleh podcast, tentunya podcast berpotensi besar memiliki masa depan yang cerah.

Radio merupakan jenis media elektronik yang sampai saat ini masih bertahan bahkan bisa dikatakan tidak punah karena radio memiliki karakter tersendiri dan segmentasi audience yang beragam. Semakin berkembangnya teknologi terutama komunikasi dan informasi hal ini bukan sebuah hambatan bahkan menjadi suatu peluang. Karena dapat mendukung radio untuk mengembangkan penyiarannya dengan bentuk digital atau online guna memenuhi kebutuhan para pendengar yang sudah sebagian besar mencari informasi secara online. Saat ini radio begitu terkenal di masyarakat, dengan pendengarnya yang spesifik karena kemampuannya yang luar biasa untuk menciptakan “theatre of the mind” dalam pikiran pendengarnya (Bungin, 2006: 131).

Kota Bandung merupakan salah satu kota yang memiliki banyak radio, sehingga perkembangan dan persaingan radio yang khususnya berada di Kota Bandung ini terhitung sangat ketat, dibutuhkan sebuah keahlian dan kemampuan untuk mempertahankan para pendengar terutama pendengar lama dan dapat menarik pendengar radio yang baru. Regulasi pada bidang penyiaran yang membawa berbagai perubahan dapat memberikan tantangan baru terutama bagi para pengelola media penyiaran. Radio ini sebagai dunia industri penyiaran sangat membutuhkan kreatifitas dan keahlian untuk memenangkan suatu persaingan (Nasution, 2016).



Sumber : Company Profile Hits Unikom Radio (2023)

#### **Gambar 1. 4 Logo Hits Unikom Radio**

Hits Unikom Radio merupakan salah satu radio yang berada di Kota Bandung yang beralamatkan di Jl. Dipatiukur no 103. Hits Unikom Radio merupakan radio pendatang baru di Kota Bandung yang akan menginjak usia 6 tahun di Bulan Agustus nanti. Hal ini dikarenakan dahulu Hits Unikom Radio merupakan Radio Hits yang beralamatkan di Jl. Burangrang kemudian di akuisisi pada tahun 2018 oleh Universitas Komputer Indonesia. Hits Unikom Radio merupakan radio yang memiliki segmentasi anak muda yang memiliki rentan usia 15-30 tahun.

Hits Unikom Radio memiliki program siaran atau acara yang dirancang dengan unik dan menarik dengan memberikan topik viral dan *up-to-date*. Hits Unikom Radio pun dapat didengar melalui FM, streaming internet, YouTube, Instagram, Twitter, dan Facebook, memastikan informasi terkini selalu tersedia di mana saja. Streaming Hits Unikom Radio. Selain disiarkan melalui frekuensi 103.9 FM, Hits Unikom Radio juga tersedia dalam format digital melalui streaming internet. Pendengar dapat menikmati informasi dan musik favorit mereka melalui *smartphone*. Strategi ini memastikan pendengar tetap setia dan nyaman mendengarkan musik, program siaran serta penyiar favorit di mana saja dan kapan saja.

Hal berbeda yang diberikan Hits Unikom Radio adalah kebanyakan radio di Kota Bandung fokus pada program horor dan lucu untuk menarik perhatian, namun Hits Unikom Radio menawarkan lebih. Pendengar dimanjakan dengan informasi terkini mulai dari pendidikan, teknologi, musik, budaya, hobi, makanan dan minuman, pariwisata, tempat nongkrong, hingga tren fashion anak muda. Penyiar-penyiar yang menarik dan aktif di media sosial juga menjadi daya tarik tersendiri. Dengan tagline “Semua Hits Ada di Sini”, Hits Unikom Radio adalah pilihan utama bagi anak muda untuk mendengarkan informasi dan musik terbaru.

Setiap Perusahaan agar mampu bersaing melakukan strategi bauran pemasaran. Begitupula dengan Hits Unikom Radio melakukan berbagai strategi pemasaran atau bauran pemasaran. Pada bulan Februari 2024 melakukan survey awal sebanyak 30 responden yang merupakan tim Manajemen dan *Internship* Hits Unikom Radio. Setiap responden diminta memberikan “penting” atau “tidak” untuk bauran pemasaran jasa terhadap kepuasan pelanggan Hits Unikom Radio.

**Tabel 1. 1 Hasil Survey Awal Bauran Pemasaran Jasa**

NO	BAURAN PEMASARAN	PENTING		TIDAK PENTING	
		JUMLAH	%	JUMLAH	%
1	<i>Product</i> (Produk)	30	100 %	0	100 %
2	<i>Process</i> (Proses)	24	80 %	6	20 %
3	<i>Promotion</i> (Promosi)	30	100 %	0	100 %
4	<i>People</i> (Orang/Sumber Daya Manusia)	30	100 %	0	100 %
5	<i>Price</i> (Harga)	9	30 %	21	70 %
6	<i>Place</i> (Tempat)	9	30 %	21	70 %
7	<i>Physical Evidence</i> (Bukti Fisik)	3	10 %	27	90 %

Sumber : Hasil Olah Data Prasurvey (2024)

Dari Tabel 1.1 hasil data survey awal dapat dilihat bahwa bauran pemasaran Hits Unikom Radio sudah baik pada empat unsur bauran pemasaran yaitu Produk dengan nilai persentase tinggi yaitu 100%, begitupun Promosi dengan nilai persentase tinggi 100%, Orang/*People* dengan nilai persentase 100%, dan Proses dengan nilai persentase 80%. Bobot nilai persentase ini lebih besar dibandingkan dengan ketiga unsur bauran pemasaran lainnya yaitu Harga dengan nilai persentase 30%, Tempat dengan nilai persentase 30% dan Bukti Fisik yang menunjukkan nilai 10%. Hal ini menunjukkan bahwa keempat bauran pemasaran produk, promosi, orang/*people*, dan proses perlu ditingkatkan dan akan diuji pengaruhnya secara empiris kepada para pendengar terhadap kepuasan pelanggan Hits Unikom Radio sejauh ini. Hal inilah yang menjadi alasan penelitian ini dibatasi pada keempat unsur bauran pemasaran jasa tersebut.

Keempat bauran pemasaran tersebut akan berdampak pada kepuasan pelanggan yaitu para pendengar Hits Unikom Radio. Menurut Kotler & Keller (2021:134) kepuasan pelanggan ialah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. sesuatu yang timbul tanpa adanya paksaan tetapi timbul dengan sendirinya. Kepuasan pelanggan juga bisa dilihat dari ketertarikan pelanggan dengan jasa yang diberikan seperti halnya pada Hits Unikom Radio, hal ini dapat dibuktikan dengan melihat grafik pendengar di Tahun 2023.



Sumber : Data Pendengar Hits Unikom Radio

**Gambar 1. 5 Grafik Pendengar Hits Unikom Radio tahun 2023**

Berdasarkan grafik pendengar diatas dapat juga dilihat sebagai tabel yaitu sebagai berikut :

**Tabel 1. 2 Tabel Pendengar Hits Unikom Radio 2023**

<b>Bulan</b>	<b>Tahun 2023</b>
<b>Jan</b>	13,138.00
<b>Feb</b>	66,813.00
<b>Mar</b>	535,225.00
<b>Apr</b>	961,221.00
<b>May</b>	749,801.00
<b>Jun</b>	574,192.00
<b>Jul</b>	493,315.00
<b>Aug</b>	381,650.00
<b>Sep</b>	281,996.00
<b>Oct</b>	220,153.00
<b>Nov</b>	190,273.00
<b>Dec</b>	210,075.00
<b>Total</b>	<b>4,677,852.00</b>
<b>Rata - Rata</b>	<b>389,821.00</b>

Berdasarkan tabel 1.2 diatas dapat dilihat bahwa pada Bulan Januari tahun 2023 terjadi peningkatan pendengar secara signifikan hingga bulan April, namun terjadi penurunan jumlah pendengar Hits Unikom Radio semakin menurun dimulai dari bulan Mei sampai dengan November 2023 yang artinya bahwa pendengar semakin berkurang dan perlunya manajemen untuk mempertimbangkan strategi dan menambah jumlah pendengar Hits Unikom Radio. Untuk memperkuat data diatas maka perlu dilakukan survey awal untuk mengetahui lebih dalam tentang sejauh mana kepuasan pelanggan Hits Unikom Radio. Survey awal dilakukan

kepada 30 pendengar untuk mengetahui bagaimana tanggapan responden mengenai kepuasan pelanggan. Berikut adalah hasil dari survey awal yang dilakukan :

**Tabel 1. 3 Hasil Survey Awal Kepuasan Pelanggan**

No	Pernyataan	Ya		Tidak	
		F	%	F	%
1	Anda sebagai pendengar Hits Unikom Radio merasa puas dengan program siaran dan kegiatan dari Hits Unikom Radio	21	<b>70.00%</b>	9	30.00 %
2	Anda akan terus menggunakan dan tetap mendengarkan Hits Unikom Radio sebagai saluran radio utama anda	13	43.33 %	17	56.67 %
3	Anda akan mereferensikan dan merekomendasikan Hits Unikom Radio kepada orang terdekat anda	11	36.67 %	19	<b>63.33 %</b>
<b>Kepuasan Pelanggan</b>		<b>50.00 %</b>		<b>50.00 %</b>	

Sumber : Hasil Olah Data Prasurvey (2024)

Dari hasil data pra-survey pada Tabel 1.3 diatas dapat dilihat bahwa para pendengar Hits Unikom Radio sebanyak 70% berpendapat mereka sudah puas dengan program siaran dan kegiatan yang ada sedangkan 30% nya tidak. Namun, yang juga terjadi yaitu sebanyak 63.33% pendengar Hits Unikom Radio belum merekomendasikan Hits Unikom radio kepada orang lain, padahal *word of mouth* melalui referensi orang terdekat merupakan gambaran kepuasan pelanggan atau produk ataupun jasa, seperti yang diungkapkan oleh Kuni Maghfiroh (2019:41) bahwa faktor-faktor dari *word of mouth* yang memiliki indikator seperti rekomendasi produk kepada orang lain, dorongan terhadap teman untuk melakukan transaksi atas produk secara langsung akan memberikan kepuasan yang tinggi. Meskipun hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berada di angka sebesar 50% namun fenomena yang terjadi adalah pendengar merasakan puas tapi mereka belum ingin untuk merekomendasikan program yang ada di Hits Unikom Radio sehingga dapat dikatakan bahwa kepuasan pelanggan dinilai belum maksimal.

Kepuasan konsumen stasiun radio tidak hanya dilihat dari kepuasan pendengar saja, namun terlebih lagi stasiun radio sebagai salah satu media periklanan yang mana kepuasan konsumen dapat dilihat dari kepuasan perusahaan atau usaha yang memilih mengiklankan produk atau jasanya di Hits Unikom Radio. Adapun tantangan besar yang dihadapi oleh perusahaan jasa yaitu bagaimana perusahaan menawarkan produk atau layanan kepada konsumen sebagai solusi untuk memenuhi kepuasan atau masalah mereka, yang mana kualitas produk jasa akan memberikan pengalaman kepada konsumen. Menurut Maryati (2022:543) kualitas produk merupakan suatu totalitas yang memiliki karakteristik dari produk atau jasa yang dapat menunjukkan sebuah ukuran yang melihat seberapa tinggi tingkat kepercayaan konsumen terhadap produk atau jasa yang mereka gunakan serta berapa lama kepercayaan itu dapat bertahan.

Perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa memerlukan kualitas produk atau jasa yang dinamis, fleksibel, dan menarik guna mampu bersaing. Kualitas produk jasa merupakan upaya perusahaan untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan pelanggan mereka dengan cara yang bermakna dan bermanfaat. Meskipun tidak dapat disentuh atau dilihat seperti produk fisik, nilai kualitas pada produk jasa terletak pada solusi yang ditawarkan perusahaan bagi konsumennya. Perusahaan yang mampu memberikan kualitas produk jasa yang unggul bagi konsumen akan terus diingat dan dipertimbangkan oleh konsumen. Kualitas produk jasa pada Hits Unikom Radio merupakan program siaran. Program siaran Hits Unikom Radio memiliki program siaran yang variatif, unik, dan sangat *up to-date* dan pendengar pun dimanjakan dengan berbagai informasi yang informatif mulai

dari informasi mengenai pendidikan, teknologi, musik, budaya, hobi, makanan, pariwisata hingga gaya hidup. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil komentar dari para pendengar pada social media Hits Unikom Radio yang menyatakan beberapa indikasi yang terjadi terkait Kualitas Produk, diantaranya adalah :

**Tabel 1. 4 Ulasan Komentar Pendengar Hits Unikom Radio**

Tanggal	Ulasan Kualitas Produk Jasa Hits Unikom Radio
15/06/23	Program siarannya gitu-gitu aja, membosankan!
26/07/23	Yang dibahas di program sih ooke, tp kayaknya bisa lebih oke lagi
18/08/23	Katanya bahas lifestyle tapi lebih banyak tipsnya, ganti dong
23/08/21	Pagi-pagi dikasih hiburan dong jangan kebanyakan beritanya

Sumber : Ulasan Kualitas Produk Hits Unikom Radio Facebook (2023)

Berdasarkan uraian hasil komentar dari social media Hits Unikom Radio diatas, menyatakan bahwa sebagian pendengar memberikan komentar buruk terhadap kualitas produk Hits Unikom Radio berupa program siaran tersebut. Untuk mengetahui lebih lanjut mengenai kualitas produk jasa berupa program siaran Hits Unikom Radio dilakukan survey awal kepada 30 pendengar. Berikut adalah hasil dari survey awal yang dilakukan :

**Tabel 1. 5 Hasil Survey Awal Kualitas Produk Jasa/Quality Product**

No	Pernyataan	Ya		Tidak	
		F	%	F	%
1	Program Hits Unikom Radio sesuai dengan harapan dan memuaskan anda sebagai pendengar	9	30.00 %	21	70.00 %
2	Anda terus mendengarkan Hits Unikom Radio karena program siarannya yang menarik, handal dan memberikan anda info yang anda perlukan	16	53.33 %	14	46.67 %
3	Anda merasa Hits Unikom Radio berperan aktif dan memberikan sumbangsi pada lingkungan sekitar	12	40.00 %	18	60.00 %
4	Anda merasa Hits Unikom Radio memberikan informasi yang tepat dan dapat dipercaya oleh pendengar	16	53.33 %	14	46.67 %

5	Hits Unikom Radio dapat terus bertahan lama karena menyuguhkan program yang menarik dan bermanfaat bagi pendengar	22	73.33 %	8	26.67 %
6	Penyiar Hits Unikom Radio memiliki kompetensi dan pelayanan penanganan yang baik dimata anda sebagai pendengar	7	23.33 %	23	76.67 %
7	Hits Unikom Radio memiliki daya tarik tersendiri bagi anda sebagai pendengar	19	63.33 %	11	36.67 %
8	Hits Unikom Radio memiliki daya kompetensi yang unggul dibanding pesaing bagi anda sebagai pendengar	16	53.33 %	14	46.67 %
<b>Kualitas Produk</b>		<b>48,74 %</b>		<b>51.26 %</b>	

Sumber : Hasil Olah Data Prasurvey (2024)

Dari hasil data pra-survey pada Tabel 1.5 dapat dilihat bahwa para konsumen atau pendengar Hits Unikom Radio sebanyak 73.33% berpendapat program siaran Hits Unikom Radio memiliki daya tahan yang baik sedangkan 26.67% nya tidak. Namun sebanyak 76.67% pendengar juga masih kurang merasakan pelayanan penanganan dari para penyiar Hits Unikom Radio. Hal ini didukung dengan adanya komentar dari media sosial Hits Unikom Radio sebelumnya. Secara keseluruhan dari pra survey kualitas produk dengan 30 responden 48.74% menjawab setuju dan 51.26% menjawab tidak setuju. Hal ini menunjukkan adanya indikasi bahwa kualitas produk jasa Hits Unikom Radio belum maksimal. Dalam hal ini amat disayangkan jika saja pendengar merasa nyaman dengan pelayanan penanganan dari para penyiar mungkin akan memberikan daya tahan yang lebih sehingga menimbulkan program siaran yang variatif dan kreatif ini semakin disukai lagi dan menjadi program siaran yang memiliki daya tarik tersendiri dari kualitas produk Hits Unikom Radio dibandingkan pesaing.

Adapun peranan penting dari produk yang berkualitas dibidang jasa juga dapat lebih optimal jika ditunjang dengan promosi yang dilakukan perusahaan itu

sendiri. Perusahaan jasa yang ditambah dengan digitalisasi didalamnya mampu mengelola promosinya dengan lebih leluasa termasuk pemasaran melalui media sosial, dan periklanan online (seperti Google Ads atau Facebook Ads). Pemasaran digital memungkinkan perusahaan jasa untuk menyasar audiens yang spesifik dan mengukur efektivitas promosi secara lebih terperinci. Menurut Tjiptono (2019:387) menyebutkan bahwa promosi adalah bagian dari bauran pemasaran dengan tujuan untuk mendidik, membujuk, dan mengingatkan konsumen tentang merek dan produk perusahaan. Saat ini Hits Unikom Radio melakukan promosi dengan mengikuti kemajuan digital sehingga tidak hanya promosi secara langsung saja namun dengan sistem online juga dengan menciptakan dan membagikan konten yang berharga dan relevan dengan memanfaatkan social media yang dimiliki hingga promosi dengan mengadakan acara music sehingga dapat membantu membangun otoritas perusahaan dalam bidang jasa dan menarik calon pendengar sesuai dengan target pasar Hits Unikom Radio. Namun melihat beberapa komentar pada sosial media dan aplikasi terkait Hits Unikom Radio menjadikan sebuah indikasi untuk Promosi Hits Unikom Radio, diantaranya adalah :

**Tabel 1. 6 Ulasan Komentar Pendengar Hits Unikom Radio**

<b>Tanggal</b>	<b>Komentar Promosi Hits Unikom Radio</b>
14/07/23	Perbanyak lagi ya give away kaya gini, biar semangat terus dengeri Hits Unikom Radio.
21/07/23	Mana lagi give away, nunggu banget ini jangan dikasih harapan kosong terus dong
12/08/23	Kontennya kurang seru, padahal poles dikit manteb min
20/08/23	Padahal saya jawab duluan tapi yang menang hadiah orang lain, kemarin liat infonya siapa cepet dia dapat.

Sumber : Komentar Promosi Hits Unikom Radio Instagram (2023)

Berdasarkan uraian hasil komentar diatas, menyatakan bahwa sebagian pendengar memberikan komentar ketidakpuasan terhadap Promosi dengan dominasi *give away* yang ada di Hits Unikom Radio. Untuk mengetahui lebih lanjut mengenai Promosi Hits Unikom Radio dilakukan survey awal kepada 30 pendengar. Berikut adalah hasil dari survey awal yang dilakukan :

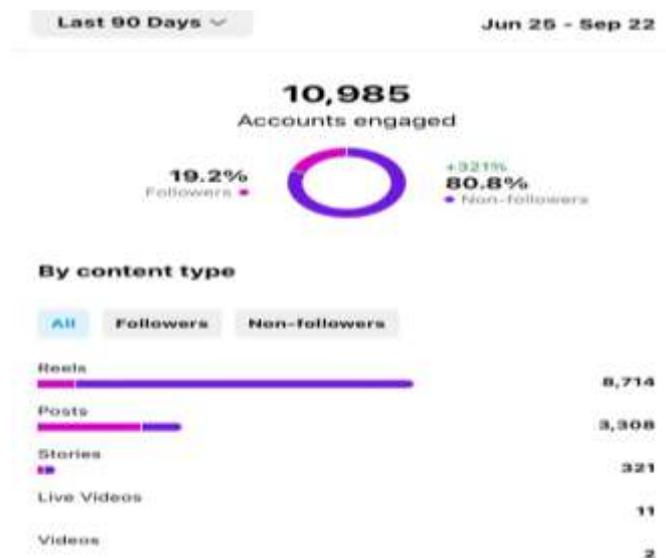
**Tabel 1. 7 Hasil Survey Awal Promosi/Promotion**

No	Pernyataan	Ya		Tidak	
		F	%	F	%
1	Anda sering mendengar atau melihat iklan seputar Hits Unikom Radio	21	70.00%	9	30.00%
2	Anda pernah ditawarkan atau mendapatkan informasi mengenai Hits Unikom Radio dari pihak Hits Unikom Radio secara langsung	17	56.67 %	13	43.33%
3	Anda pernah ikut serta atau mendapatkan informasi mengenai program hadiah dari Hits Unikom Radio bagi para pendengarnya	8	26.67 %	22	73.33%
4	Anda mengetahui bahwa Hits Unikom Radio ikut aktif dan berhubungan baik dengan berbagai lapisan Masyarakat sekitar Hits Unikom Radio	11	36.67 %	19	63.33%
5	Anda sering mendengar informasi mengenai Hits Unikom Radio dari orang terdekat anda	17	56.67 %	13	43.33%
<b>Promosi</b>		<b>49,33 %</b>		<b>50.67 %</b>	

Sumber : Hasil Olah Data Prasurvey (2024)

Dari hasil data pra-survey diatas dapat dilihat bahwa para konsumen atau pendengar Hits Unikom Radio sebanyak 70.00% berpendapat bahwa mereka sering mendengar atau melihat iklan Hits Unikom radio sedangkan 30.00% nya tidak, yang berarti *advertising*/periklanan Hits Unikom Radio sudah berjalan dengan baik. Namun yang juga terjadi yaitu sebanyak 73.33% berpendapat bahwa *sales promotion* yang berupa pembagian hadiah dari Hits Unikom Radio masih belum dimiliki banyak program siaran bagi pendengar. Hal ini sesuai dengan yang bisa diketahui melalui komentar pendengar Hits Unikom Radio. Secara keseluruhan dari pra survey promosi dengan 30 responden sebanyak 49.33% menjawab setuju dan

50.67% menjawab tidak setuju. Hal ini menunjukkan adanya sebuah indikasi bahwa promosi Hits Unikom Radio belum dilakukan secara maksimal, yang mana hal ini terlihat dari Program promosi yang dilakukan masih belum meningkatkan engagement atau keterlibatan pendengar Hits Unikom Radio dalam program-programnya. Data ini dapat dilihat pada gambar berikut :



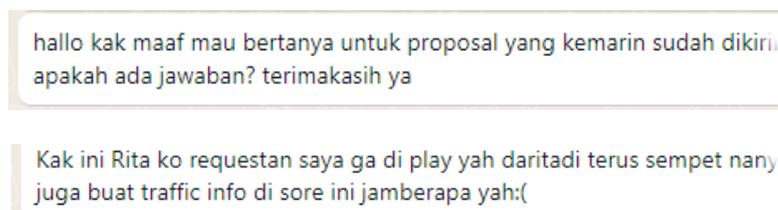
Sumber : Data *Engagement* Instagram Hits Unikom Radio (2023)

### Gambar 1. 6 *Engagement Social Media Hits Unikom Radio*

Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat bahwa *engagement* sosial media Hits Unikom Radio seperti reels masih banyak dilihat atau komunikasi terjalin oleh non followers Hits Unikom Radio. Ini menjadi indikasi bahwa program promosi yang dilakukan belum mampu meningkatkan hubungan atau *engagement* orang di sosial media. Program promosi yang baik dapat meningkatkan nilai perusahaan dan meningkatkan kepuasan pelanggan, seperti yang diutarakan oleh Munarsih (2022:59) bahwa Perusahaan lebih mengutamakan penciptaan kesan positif kepada konsumen agar promosi dapat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dalam waktu yang lama. Hal ini menunjukkan bahwa banyak pendengar yang sebagian

besar berharap dalam program siaran mengadakan *give away* dan itu menjadikan salah satu cara promosi agar semakin banyak lagi pendengar yang mau mendengarkan Hits Unikom Radio untuk mendapatkan kesan baik.

Terpenting bagi sebuah organisasi baik itu yang memberikan jasa atau memproduksi barang adalah sumber daya manusia atau *people*. Menurut Sigit Sanjaya (2018:22) mengatakan bahwa *People* merupakan aset utama dalam industri jasa, terlebih lagi *people* yang merupakan karyawan dengan *performance* tinggi. Dalam menggerakkan roda Perusahaan dibutuhkan dedikasi dan ide – ide bagus dari sumber daya manusia dalam perusahaan agar organisasi atau perusahaannya dapat bersaing. Mereka mampu berinteraksi dengan ramah, menjawab pertanyaan, menyelesaikan masalah, dan memberikan solusi yang memenuhi harapan pelanggan. Di Hits Unikom Radio sumber daya manusia/*people* yang dimaksud adalah para penyiar karena kunci utama dari Perusahaan jasa dibidang radio harus memiliki kemampuan penyiar yang bisa memberikan layanan yang berkualitas tinggi seperti bisa berkomunikasi baik dengan pendengar hal ini merupakan aset berharga dalam perusahaan jasa. Penyiar dapat membantu menciptakan reputasi positif perusahaan dan keahlian penyiar dalam menangani tantangan atau masalah yang timbul dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan secara signifikan. "*People power*" mencakup kemampuan untuk memecahkan masalah dengan cepat dan efektif, sehingga mempertahankan kepercayaan pelanggan dan meminimalkan potensi kerugian reputasi. Berikut ini merupakan potongan isi *whatsapp* dari pendengar Hits Unikom Radio :



Sumber : Whatsapp Hits Unikom Radio (2023)

### Gambar 1. 7 Isi Whatsapp pendengar Hits Unikom Radio

Berdasarkan Gambar diatas menunjukkan adanya pertanyaan dari pendengar kepada penyiar Hits Unikom Radio yang menjadikan sebuah indikasi permasalahan terhadap Orang/People di Hits Unikom Radio. Untuk mengetahui lebih lanjut mengenai sumber daya manusia atau orang/People di Hits Unikom Radio dilakukan survey awal kepada 30 pendengar. Berikut tanggapan responden mengenai orang/people Hits Unikom Radio :

**Tabel 1. 8 Hasil Survey Awal Orang/People**

No	Pernyataan	Ya		Tidak	
		F	%	F	%
1	Menurut anda penyiar Hits Unikom Radio dapat melakukan tugasnya dengan sangat handal serta penuh keahlian	19	63.33%	11	36.67%
2	Menurut anda penyiar Hits Unikom Radio selalu bersikap ramah, baik, sopan kepada pendengar	9	30.00 %	21	70.00%
3	Menurut anda penyiar Hits Unikom Radio telah memenuhi syarat sebagaimana standar bagi posisi yang dikerjakannya	11	36.67 %	19	63.33%
4	Menurut anda penyiar Hits Unikom Radio cepat dalam bertindak melayani berbagai keluhan dan pertanyaan pendengar	8	26.67%	22	73.33%
5	Menurut anda penyiar Hits Unikom Radio ramah dalam menanggapi pendengar	15	50.00 %	15	50.00%
<b>Orang/People</b>		<b>41,33 %</b>		<b>58,67 %</b>	

Sumber : Hasil Olah Data Prasurvey (2024)

Dari hasil data pra-survey diatas dapat dilihat bahwa para pendengar Hits Unikom Radio sebanyak 63.33% berpendapat bahwa penyiar Hits Unikom Radio ahli dibidangnya dan dapat memberikan informasi kepada para pendengar

sedangkan 36.67% tidak berpendapat demikian. Namun yang juga terjadi yaitu sebanyak 73.33% pendengar merasa bahwa penyiar Hits Unikom radio belum merespon dengan cepat setiap permintaan, keluhan dan pertanyaan dari pendengarnya, hal ini sejalan dengan gambar 1.6 diatas mengenai isi *whatsapp* dari pendengar Hits Unikom Radio sebelumnya. Dan secara keseluruhan dari pra survey orang/*people* dengan 30 responden sebanyak 41.33% menjawab setuju dan 58.67% menjawab tidak setuju. Hal ini menunjukkan adanya sebuah indikasi bahwa orang/*people* Hits Unikom Radio belum memberikan yang optimal karena penyiar kurang memberikan respon baik kepada pendengar. Adrian (2022 : 1957) menyatakan Visi dan misi suatu organisasi akan tercapai apabila pekerjaan yang dilakukan oleh karyawan dapat dilaksanakan sesuai dengan waktu yang telah ditentukan, dalam hal ini diantaranya : ketepatan waktu dalam menyelesaikan pekerjaan dan pekerjaan selesai pada saat dibutuhkan. Selain itu, Rahma Wahdiniwaty (2021 :1) menyebutkan bahwa Ekonomi digital telah terjadi dan sedang berlangsung, ini mengindikasikan pentingnya multiliterasi, variasi kompetensi sumber daya manusia (SDM) pelaku bisnis khususnya berhubungan dengan praktik pemasaran.

Menurut Karinto (2021:8), Proses adalah semua prosedur aktual, mekanisme dan aliran aktivitas yang digunakan untuk menyampaikan jasa. Proses ini mempunyai arti suatu upaya perusahaan dalam menjalankan dan melaksanakan aktifitasnya. Hits Unikom Radio merupakan Perusahaan yang ada dibidang jasa dan dapat dikaatakan bahwa memiliki Perusahaan dengan proses berbagai prosedur yang dirancang oleh perusahaan yang mana prosedur tersebut harus diikuti dan dijalankan oleh semua anggota karyawan Hits Unikom Radio demi mendapatkan

keunggulan Perusahaan. Hits Unikom Radio harus mengutamakan Solusi terutama kepada para pendengar yang berkeluh kesah ataupun memiliki permintaan pada penyiar dengan proses yang mudah dan cepat serta jelas sehingga dapat diterima dengan baik. Berikut komentar pendengar yang berkaitan dengan proses di Hits Unikom Radio :



Sumber : Komentar Instagram Hits Unikom Radio (2024)

### Gambar 1. 8 Komentar Instagram Pendengar Hits Unikom Radio

Berdasarkan gambar diatas menunjukkan adanya pendengar yang bertanya mengenai jersey yang dibagikan Hits Unikom Radio pada sebuah acara yang akan digelar, ini menjadi sebuah indikasi bahwa proses di Hits Unikom Radio perlu dipertanyakan sehingga untuk membuktikan proses tersebut dilakukan survey awal kepada 30 pendengar untuk menemukan fenomena yang terjadi. Berikut hasil dari survey awal tersebut :

**Tabel 1. 9 Hasil Survey Awal Proses/Process**

No	Pernyataan	Ya		Tidak	
		F	%	F	%
1	Anda sebagai pendengar Hits Unikom Radio merasakan kemudahan untuk mendapatkan jasa dan pelayanan yang anda butuhkan dari Hits Unikom Radio	16	53.33 %	14	46.47%
2	Anda sebagai pendengar Hits Unikom Radio mendapatkan kemudahan penanganan masalah dan solusi yang anda harapkan dari Hits Unikom Radio	9	30.00 %	21	70.00%
<b>Proses</b>		<b>41.65 %</b>		<b>58.35 %</b>	

Sumber : Hasil Olah Data Prasurvey (2024)

Dari hasil data pra-survey diatas diketahui bahwa pendengar Hits Unikom Radio sebanyak 53.33% berpendapat bahwa mendapatkan kemudahan penanganan masalah dan mengakui bahwa Hits Unikom Radio memiliki alur pelayanan yang cepat dan ringkas, sedangkan 30% nya tidak. Namun, yang juga terjadi yaitu sebanyak 70% pendengar belum merasakan prosedur resolusi yang baik berupa pemberian Solusi. Dan secara keseluruhan dari pra survey proses dengan 30 responden sebanyak 41.65% menjawab setuju dan 58.35% menjawab tidak setuju. Hal ini menunjukkan adanya sebuah indikasi bahwa proses pada Hits Unikom Radio belum optimal Hal ini sejalan dengan pertanyaan pendengar mengenai jersey acara tersebut dan hal ini pun menjadi fenomena yang sebaiknya bisa diteliti lebih lanjut.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti tertarik mengambil judul penelitian “**Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Orang/People dan Proses Terhadap Kepuasan Pelanggan Hits Unikom Radio**”. Penelitian ini diharapkan akan memberikan kontribusi terhadap manajemen agar bisa bersaing di tengah lingkungan yang kompetitif, khususnya bagi manajemen Hits Unikom Radio.

## **1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah**

### **1.2.1 Identifikasi Masalah**

Dengan penjabaran dan hasil survey awal yang dilakukan penulis kepada pendengar atau pelanggan Hits Unikom Radio, diperoleh identifikasi masalah sebagai berikut :

1. Kualitas Produk Hits Unikom Radio berdasarkan ulasan dan hasil survey awal menyatakan sebanyak 76.67% merasakan kurang puas dengan pelayanan penanganan dari penyiar Hits Unikom Radio. Dan secara keseluruhan sebanyak 51.26% tidak puas dengan kualitas produk bidang jasa berupa program siaran yang diberikan. Dengan kata lain kualitas produk Hits Unikom Radio masih belum maksimal di kalangan pendengar.
2. Promosi berdasarkan komentar dan hasil survey awal menyatakan sebanyak 73.33% merasakan tidak puas dengan *sales promotion* yang dilakukan oleh Hits Unikom Radio. Dan secara keseluruhan sebanyak 50.67% tidak puas dengan promosi yang dilakukan. Dengan kata lain promosi Hits Unikom Radio belum maksimal di kalangan pendengar.
3. Orang/*People* yaitu para penyiar Hits Unikom Radio berdasarkan informasi yang diterima melalui aplikasi *whatsapp* Hits Unikom Radio dan hasil survey awal yang dilakukan menyatakan sebanyak 73.33% merasakan bahwa respon dari para penyiar masih lambat. Dan secara keseluruhan sebanyak 58.67% kurang puas dengan orang/*people* yaitu penyiar. Dengan kata lain orang/*people* yaitu penyiar Hits Unikom Radio belum memberikan respon kepada pendengar dengan optimal.
4. Proses di Hits Unikom Radio berdasarkan komentar dan hasil survey awal yang dilakukan menyatakan sebanyak 70% tidak puas dengan prosedur resolusi yaitu pemecahan masalah kepada pendengar. Dan secara keseluruhan sebanyak 58.35% tidak puas dengan proses di Hits Unikom

Radio. Dengan kata lain proses di Hits Unikom Radio belum optimal dikalangan pendengar.

5. Berdasarkan grafik pendengar Hits Unikom Radio, menunjukkan adanya penurunan pendengar pada Bulan April 2023 dibandingkan dengan Bulan Januari hingga Bulan Maret 2023 yang terus menunjukkan kenaikan, yang artinya bahwa pendengar semakin berkurang mendengarkan Hits Unikom Radio. Selain itu berdasarkan hasil survey awal kepuasan pelanggan belum maksimal sebanyak 50%.

### **1.2.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian dari latar belakang, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tanggapan responden mengenai kualitas produk, promosi, orang/*people*, proses dan kepuasan pelanggan Hits Unikom Radio.
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Hits Unikom Radio.
3. Apakah promosi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Hits Unikom Radio.
4. Apakah orang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Hits Unikom Radio.
5. Apakah proses berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Hits Unikom Radio.
6. Apakah kualitas produk, promosi, orang/*people* dan proses berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan Hits Unikom Radio.

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai bahan yang layak untuk memperoleh data otentik dengan validitas data yang sesuai, sebagai pembuktian hipotesis dan menjawab permasalahan yang ada. Penelitian ini bertujuan :

1. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai kualitas produk, promosi, orang/people, proses dan kepuasan pelanggan Hits Unikom Radio.
2. Untuk mengetahui kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Hits Unikom Radio.
3. Untuk mengetahui promosi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Hits Unikom Radio.
4. Untuk mengetahui orang/people berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Hits Unikom Radio.
5. Untuk mengetahui proses berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Hits Unikom Radio.
6. Untuk mengetahui kualitas produk, promosi, orang/people dan proses berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan Hits Unikom Radio.

### **1.4 Pembatasan Masalah**

Pembatasan masalah perlu dilakukan agar penelitian lebih terfokus sehingga tujuan penelitian dapat tercapai secara efektif, adapun batasan masalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil observasi awal, dari ketujuh unsur bauran pemasaran/*marketing mix* hanya 4 unsur yang diteliti pengaruhnya. yaitu produk, promosi, orang dan proses. Observasi awal dilakukan untuk mengetahui unsur bauran pemasaran yang paling berkontribusi terhadap strategi marketing Hits Unikom Radio yang membuat pendengar puas dengan Hits Unikom Radio.

## **1.5 Kegunaan Penelitian**

Dalam penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat atau kegunaan yang dapat digunakan oleh masyarakat luas, adapun kegunaan penelitian ini dapat dilihat dari segi teoritis dan praktis, yaitu sebagai berikut :

### **1.5.1 Kegunaan Pengembangan Ilmu**

Secara ilmiah hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran informasi bagi perkembangan ilmu, khususnya di bidang manajemen pemasaran. Dan dapat mengimplementasikan ilmu baru dalam bidang yang diteliti yaitu mengenai Kualitas Produk, Promosi, Orang/*People*, Proses, dan Kepuasan Pelanggan.

### **1.5.2 Kegunaan Operasional**

1. Bagi Perusahaan

Kegunaan penelitian ini bagi Hits Unikom Radio adalah agar dapat meningkatkan kualitas produk pada jasa yang diberikan, mengoptimalkan promosi yang dilakukan, meningkatkan kinerja para sumber daya manusia (orang/*People*) dan meningkatkan pula proses yang sudah berjalan di Hits

Unikom Radio agar lebih optimal. Dan juga kegunaan penelitian ini bagi Hits Unikom Radio sebagai informasi, evaluasi, dan sumbangan pemikiran yang bermanfaat serta sebagai motivasi untuk terus memunculkan kepuasan pelanggan di Hits Unikom Radio.

## 2. Bagi Peneliti

Kegunaan penelitian ini bagi peneliti adalah sebagai indikator untuk mengembangkan dan meningkatkan kemampuan dalam melakukan penelitian yang diteliti yaitu mengenai Kualitas Produk, Promosi, Orang/*People*, Proses, dan Kepuasan Pelanggan. Sehingga diharapkan dapat mengetahui meningkatkan kepuasan pelanggan Hits Unikom Radio dan menghasilkan output yang baik pada setiap variabel yang diteliti.

## 3. Bagi peneliti lain

Kegunaan penelitian ini bagi peneliti lain adalah dapat menjadi salah satu referensi bagi peneliti yang akan melakukan penelitian selanjutnya.

### **1.5.3 Kegunaan Akademis**

Penelitian ini dapat menjadi sumber referensi dan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan studi mengenai manajemen pemasaran dan dapat digunakan sebagai acuan dalam penelitian sebelumnya dengan tema yang sama. Dan hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan sumbangan saran, pemikiran dan informasi bermanfaat yang berkaitan dengan kualitas produk, promosi, orang/*people*, proses serta pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan.

