

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian**

#### **1.1.1 Profil PT ANTAM, Tbk**

ANTAM merupakan PT ANTAM, Tbk pertambangan bidang logam dan mineral yang berorientasi ekspor. ANTAM memiliki beberapa unit bisnis yang tersebar di wilayah Indonesia terutama pada bagian yang memiliki kandungan logam dan mineral tinggi, kegiatan yang berada di unit bisnis ANTAM mulai dari eksplorasi, penggalan, pengolahan hingga pemasaran bijih nikel, feronikel, emas, perak, bauksit dan batubara. PT ANTAM, Tbk ini memiliki pelanggan setia jangka panjang di Eropa dan Asia. Karena luasnya area eksplorasi berlisensi PT ANTAM, Tbk dan juga diketahui memiliki cadangan dan sumber daya berkualitas tinggi, ANTAM telah membentuk beberapa usaha patungan dengan mitra internasional untuk secara menguntungkan mengembangkan badan bijih geologi ke dalam tambang yang menguntungkan PT ANTAM, Tbk dan negara.

PT ANTAM, Tbk menghasilkan arus kas yang sehat, dan memiliki pengelolaan modal yang hati-hati. PT ANTAM, Tbk ini menjadi perseroan terbatas yang dikendalikan PT ANTAM, Tbk pada tahun 1968 dengan penggabungan beberapa PT ANTAM, Tbk pertambangan komoditas tunggal. Pada tahun 1997, PT ANTAM, Tbk melakukan penawaran saham perdana (initial public offering / IPO) dan mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Indonesia dan 35% dijual oleh pemerintah kepada masyarakat, untuk mengumpulkan uang untuk ekspansi feronikel. Pada tahun 1999, ANTAM mencatatkan sahamnya di Australia sebagai entitas bebas yang dikecualikan dan kemudian pada tahun 2002 menambah statusnya menjadi Daftar ASX yang lebih ketat.

Tujuan ANTAM dipusatkan pada peningkatan nilai pemegang saham. Tujuan utama PT ANTAM, Tbk adalah untuk meningkatkan nilai pemegang saham dengan menurunkan biaya sambil memperluas operasi secara menguntungkan. Strategi ini berfokus pada bisnis inti ANTAM dengan tujuan untuk memaksimalkan output guna meningkatkan pendapatan tunai dan

menurunkan biaya unit. ANTAM berencana untuk mempertahankan pertumbuhan melalui proyek perluasan yang andal, aliansi strategis, meningkatkan cadangan mutu dan menambah nilai dengan beralih dari menjual bahan baku dan meningkatkan aktivitas pengolahan. ANTAM juga akan menjaga kekuatan finansial. Dengan menghasilkan sebanyak mungkin uang sebanyak ANTAM memastikan dana tersebut cukup untuk membayar hutang, membiayai pertumbuhan dan membayar dividen. Menurunkan biaya berarti beroperasi lebih efisien dan produktif, serta meningkatkan kapasitas untuk memperoleh keuntungan dari skala ekonomi.(sumber: [www.antam.com](http://www.antam.com), Tahun 2018)

### **1.1.2 Visi dan Misi PT ANTAM, Tbk**

Sebagai PT ANTAM, Tbk pertambangan logam dan mineral PT ANTAM, Tbk memiliki visi dan misi untuk kemajuan PT ANTAM, Tbk sebagai berikut :

#### **1. Visi PT ANTAM**

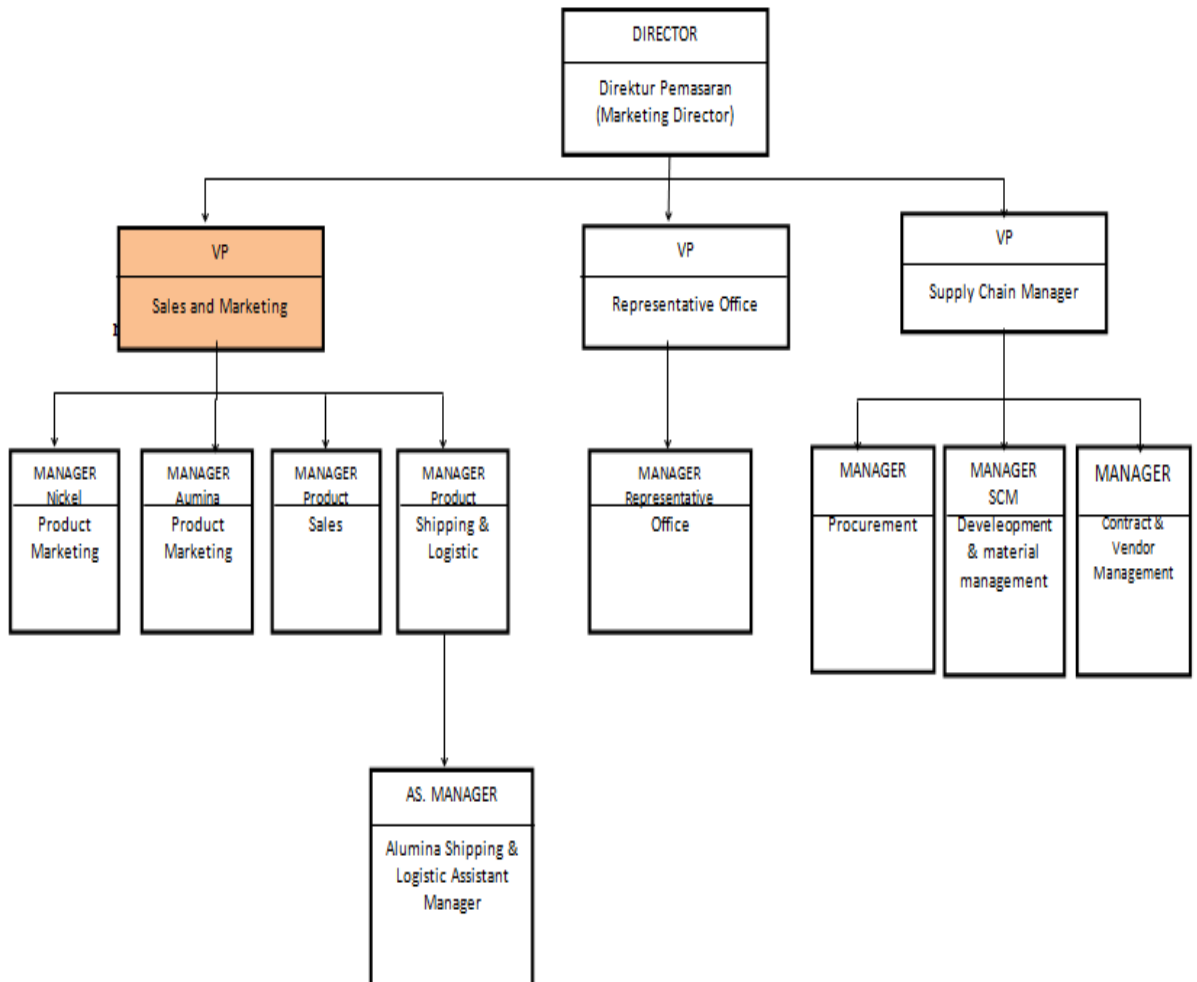
"Menjadi PT ANTAM, Tbk global berbasis sumber daya alam terkemuka melalui diversifikasi dan integrasi bisnis"

#### **2.Misi PT ANTAM**

1. Menyediakan produk berkualitas tinggi dengan tujuan mencapai nilai tambah maksimal melalui praktik industri terbaik dan kinerja operasional yang kompetitif.
2. Mengoptimalkan sumber daya dengan penekanan pada keberlanjutan, keselamatan kerja dan pelestarian lingkungan.
3. Untuk memaksimalkan nilai pemegang saham dan pemangku kepentingan.
4. Meningkatkan kompetensi dan kesejahteraan karyawan serta kemandirian masyarakat Di sekitar wilayah operasional.

(sumber: [www.antam.com](http://www.antam.com),Tahun 2018)

### 1.1.3 Struktur Organisasi Divisi Sales and Marketing PT.ANTAM (Persero) Tbk



**Gambar 1.2**

**Struktur Organisasi Divisi Sales and Marketing PT.ANTAM (Persero) Tbk**

**Sumber : Dokumentasi penulis, Tahun 2018**

Berdasarkan struktur organisasi diatas, dapat dijelaskan bahwa Praktikan melakukan praktek kerja lapangan pada bagian *Base Sales and Marketing*. Dimana *Base Sales and Marketing* yaitu sebuah divisi yang bergerak dibidang penjualan dan pemasaran di PT. ANTAM (Persero) Tbk.

Tugas dan kewajiban dari *Base Sales and Marketing* antara lain:

1. Melakukan analisa dan *benchmarking* atas pasar dalam rangka menyusun kebijakan, strategi, sistem dan perencanaan manajemen pemasaran dan penjualan untuk meningkatkan volume maupun nilai penjualan produk PT ANTAM, Tbk.
2. Menyusun kebijakan, strategi, sistem dan perencanaan manajemen pemasaran, penjualan, pengapalan dan logistik atas produk PT ANTAM, Tbk termasuk pelayanan terhadap pelanggan untuk mengoptimalkan nilai PT ANTAM, Tbk dan tingkat kepuasan pelanggan.
3. Mengkoordinasikan dan melaksanakan aktivitas pemasaran, penjualan, pengapalan, dan logistik atas produksi PT ANTAM, Tbk serta juga pelayanan dan pemeliharaan hubungan dengan pelanggan sesuai dengan peraturan PT ANTAM, Tbk.
4. Mengendalikan dan mengevaluasi implementasi kebijakan, strategi, sistem dan prosedur pelaksanaan aktivitas pemasaran, penjualan, pengapalan dan logistik atas produk PT ANTAM, Tbk serta pelayanan dan pemeliharaan hubungan dengan pelanggan sesuai dengan peraturan PT ANTAM, Tbk.
5. Merencanakan, melaksanakan dan mengevaluasi transaksi pembelian dan penjualan atas produk lainnya diluar produk PT ANTAM, Tbk baik di dalam maupun luar negeri, untuk menambah pendapatan PT ANTAM, Tbk.

#### **1.1.4 Layanan Produk PT ANTAM, Tbk**

Produk-produk yang ditawarkan oleh PT. ANTAM, Tbk adalah sebagai berikut:



**Bijih nikel**

Bijih nikel ANTAM terbagi atas bijih nikel saprolit dan limonit. Bijih nikel limonit adalah bijih nikel laterit dengan kadar rendah dan mengandung 0.8% - 1.5% nikel, 25%-35% besi dan sedikit kobalt. Limonit terletak di atas lapisan saprolit dan lebih murah dan lebih mudah untuk ditambang. Bijih nikel saprolit terbentuk dibawah zona limonit. Saprolit secara umum mengandung sekitar 1,5%-2,5% nikel dan digolongkan sebagai bijih laterit kadar tinggi. Dengan melalui proses pirometalurgi, saprolit digunakan sebagai bahan baku untuk produksi feronikel.



Feronikel

Feronikel yang merupakan salah satu produk utama ANTAM, diproduksi melalui pengolahan bijih nikel kadar tinggi (saprolit) melalui proses pyrometalurgi. Feronikel ANTAM mengandung sekitar 20% nikel dan sekitar 80% besi. Diproduksi dalam bentuk shots (butiran) atau ingots (batangan) serta dengan karbon kadar tinggi atau karbon kadar rendah, feronikel digunakan sebagai bahan baku untuk produksi baja nirkarat.



Emas

Logam yang berwarna kuning terang, padat, lunak, mengkilat, paling mudah untuk dibentuk serta sangat tahan terhadap karat ini adalah logam mulia yang selama berabad-abad digunakan sebagai uang, nilai penyimpan dan perhiasan. Logam emas ini terdapat di alam dalam bentuk bongkahan atau butiran di bebatuan, urat batu (veins) di bawah tanah ataupun endapan. Saat ini emas juga banyak digunakan di bidang kedokteran gigi dan elektronika. ANTAM memproduksi emas dari tambang Pongkor dan Cibaliung dengan total produksi logam emas sekitar 5 ton per tahun.



Perak

Perak adalah logam mulia yang lunak dan putih mengkilat yang bernilai tinggi dan banyak digunakan sebagai perhiasan, peralatan meja makan dan mata uang. Perak adalah konduktor listrik dan panas yang terbaik diantara seluruh logam. Perak ditemukan sebagai logam bebas, tercampur dengan emas atau dengan mineral-mineral lainnya. Sebagian besar perak merupakan *by-product* dari pertambangan emas, tembaga, lead (timah hitam) dan zinc (seng). ANTAM memproduksi perak dari tambang Pongkor dan Cibaliung sebagai produk emas.



Pengolahan dan Pemurnian Logam Mulia

Unit Bisnis Pengolahan dan Pemurnian Logam Mulia memurnikan bullion yang berasal dari tambang emas Pongkor dan Cibaliung serta pihak ketiga. UBPP Logam Mulia memiliki kapasitas terpasang sebesar 60 ton emas per tahun dan 275 ton perak per tahun. Produk emas dan perak Logam Mulia terakreditasi London Bullion Market Association dan dijual di pasar domestik maupun internasional.



Bauksit

Bauksit adalah sumber bijih yang utama untuk produksi aluminium. Bauksit mengandung 30-54% alumina ( $Al_2O_3$ ) dan selebihnya terdiri dari campuran silika, berbagai oksida besi dan titanium dioksida. ANTAM berencana meningkatkan nilai bauksit yang dimilikinya melalui pengembangan proyek-proyek alumina.



Batubara

ANTAM melalui salah satu entitas anaknya yaitu PT Indonesia Coal Resources, memproduksi komoditas batubara melalui tambang batubara Sarolangun yang berlokasi di Propinsi Jambi, Indonesia. Cadangan batubara (non-JORC) tambang Sarolangun berjumlah 8,25 juta ton dengan kualitas batubara rata-rata sekitar 5.300 sampai 5.500 Kcal/kg. Saat ini penjualan batubara Sarolangun dilakukan ke konsumen dalam negeri dan untuk ekspor.

#### 1.1.5 Logo dan Makna Logo Aneka Tambang



Gambar 1.10

#### Logo Aneka Tambang

Sumber: [www.antam.com](http://www.antam.com), Tahun 2018

Filosofi logo Antam yaitu konsep brand “Tiga Gunung”. Logo Antam terdiri dari tiga gunung yang mempresentasikan sumber daya mineral dari produk-produk Antam. Logo ini menggambarkan “sumber mineral dan produk yang terdiversifikasi”. Ketiga gunung muncul dari sebuah lengkungan, yang merepresentasikan planet bumi atau alam dibawah lengkungan tersebut terdapat refleksi dari ketiga gunung yang menggambarkan sumber daya mineral yang ada di perut bumi. Pembagian logo menjadi dua bagian juga dapat menggambarkan dua jenis kegiatan penambangan, yakni tambang terbuka dan tambang bawah tanah.

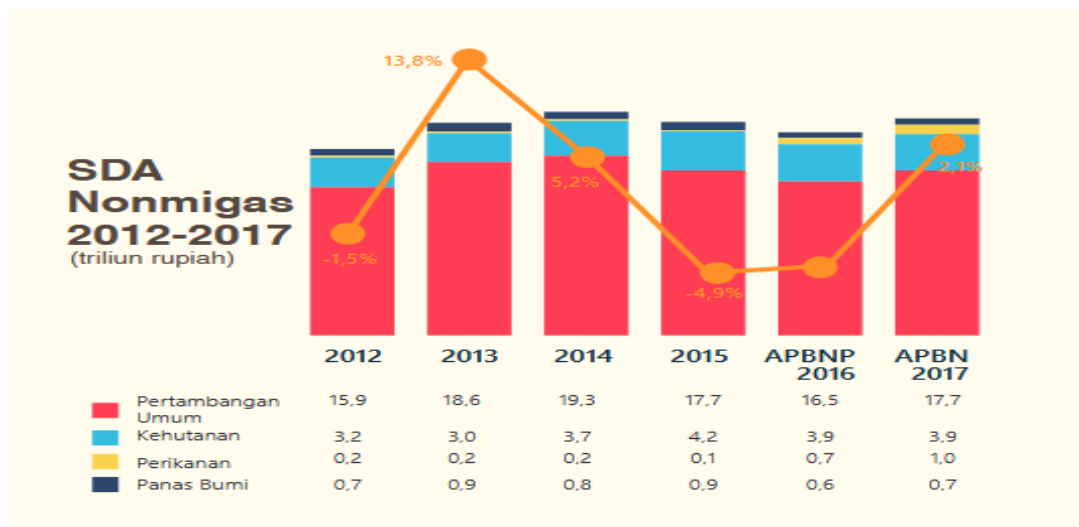
Logo menghadap kebawah merepresentasikan Antam yang memiliki kompetensi penambangan di dalam perut bumi dan membawanya ke permukaan untuk diolah menjadi logam yang berharga. Bentuk logo yang simetris dan corak huruf logo dengan huruf „T“ kapital di tengah menggambarkan stabilitas, kekuatan, soliditas, bahkan harmoni. Logo Antam mencakup atribut *brand*:

- a. Pilar : pertambangan, diversifikasi, terkemuka, besar.

- b. Atribut rasional : profesional, kehati-hatian, tanggung jawab, terpercaya.
- c. Atribut pribadi : progresif, dinamis, terbuka.

## 1.2 Latar Belakang Masalah

Negara Indonesia merupakan negara yang sangat kaya akan kekayaan hayati dan non hayati, kekayaan indonesia di dominasi oleh kekayaan bagian pertambangannya. Hal ini dapat dilihat dari APBN negara indonesia selama 2012-2017, sebagai berikut:



Grafik 1.1

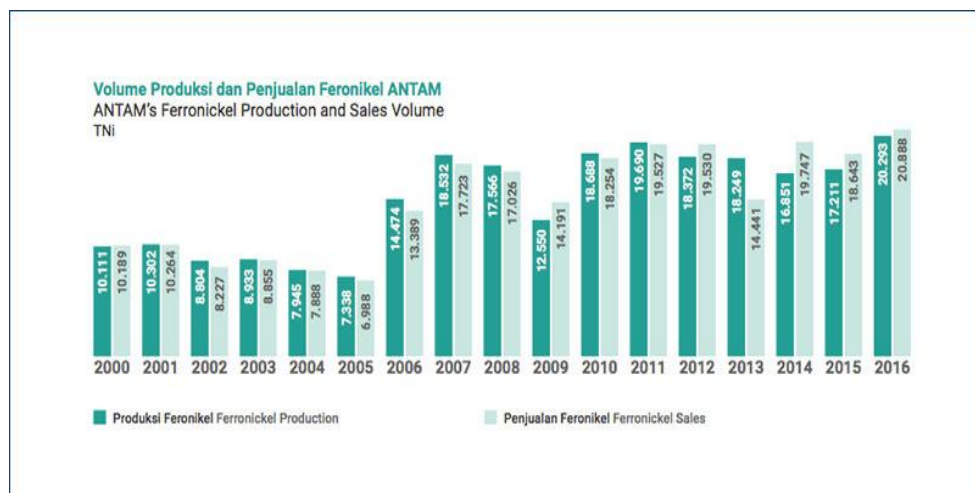
APBN SDA Non Migas 2012-2017

Sumber: [www.anggaran.depkeu.go.id](http://www.anggaran.depkeu.go.id), Tahun 2017

(<https://ekonomi.kompas.com/read/2018/03/12>) PT Aneka Tambang (Antam) Tbk (Persero) membukukan laba bersih sebesar Rp 136 miliar sepanjang tahun 2017. Jumlah ini melonjak 110,61 persen jika dibandingkan tahun sebelumnya sebesar Rp 64,81 miliar. Berdasarkan laporan keuangan sepanjang 2017, tercatat penjualan bersih Antam tercatat sebesar Rp 12,65 triliun, atau naik 39 persen dari Rp 9,11 triliun pada tahun sebelumnya atau year on year (yoy). Adapun, kinerja perseroan ditopang oleh pertumbuhan kinerja operasional dan penjualan, efisiensi perseroan, dan juga tren kenaikan harga komoditas. Dari sisi produksi, pada tahun 2017, Antam mencatatkan kinerja produksi feronikel mencapai 21.762 ton nikel (TNi) dalam feronikel. Penjualan feronikel mengalami

pertumbuhan 4 persen mencapai 21.813 TNi. Penjualan feronikel pada 2017 merupakan kontributor terbesar kedua dari total penjualan bersih Antam, dengan kontribusi sebesar Rp 3,22 triliun atau 25 persen dari total penjualan bersih tahun 2017. Untuk komoditas emas, Antam mencatatkan total volume produksi emas dari tambang Pongkor dan Cibaliung sebesar 1.967 kilogram (63.240 ounce).

Hal tersebut dapat kita lihat dari grafik penjualan produk Ferronickel PT Antam, Tbk sebagai berikut :



**Grafik 1.2**

**Produksi dan penjualan produk ferronickel PT Antam, Tbk tahun 2000-2016**

**Sumber: [www.antam.com](http://www.antam.com) , Tahun 2018**

Berdasarkan grafik diatas dapat kita lihat bahwa penjualan dan produksi produk ferronickel mengalami penurunan dan kenaikan namun beberapa tahun terakhir penjualan nya mengalami kenaikan seperti pada thun 2016 yang menjapai angka penjualan dan produksi tertinggi dibandingkan tahun sebelumnya yaitu mencapai volume penjualan 20,888 TNi dan produksi 20,793 TNi.

Produksi bijih nikel PT Aneka Tambang di wilayah Pomalaa dan pulau Gebe sebagian besar diekspor langsung, sisanya diolah di dalam negeri menjadi ferronikel di pabrik Pomalaa. Hasil tambang nikel diSoroako diolah menjadi nikel matte oleh PT Inco. Produksi bijih nikel dalam tahun 1994/95 mencapai 2.253,3 ribu ton atau meningkat sebesar 17,0 persen dibanding tahun 1993/94. Sejalan dengan ini, produksi ferronikel dan nikel matte pada tahun 1994/95



masing-masing mengalami peningkatan sebesar 33,1 persen dan 17,9 persen dibandingkan produksinya pada tahun 1993/94. (sumber: [www.antam.com](http://www.antam.com), 2018)

Salah satu strategi utama ANTAM adalah bergerak ke arah hilir untuk menghasilkan produk-produk bernilai tambah. Salah satu produk pengolahan yang telah diproduksi ANTAM adalah feronikel yang memiliki kandungan besi sekitar 80% dan nikel sebesar 20%. Komoditas feronikel ANTAM yang dibedakan dari kandungan karbon tinggi atau rendah, dijual dalam bentuk buliran (pellets) ke produsen baja nirkarat di Eropa dan Korea. Sekitar 70% dari konsumsi nikel dunia berasal dari industri baja nirkarat, sementara sisanya digunakan untuk beragam industri seperti baterai, elektronik, industri antariksa dan turbin gas.



**Gambar 1.11**

**Proses produksi FeNi dan Pabriknya**

**Sumber:** [www.antam.com](http://www.antam.com), Tahun 2018

ANTAM memiliki tiga pabrik feronikel yakni pabrik FeNi I, FeNi II dan FeNi III. Kapasitas terpasang ketiga pabrik tersebut adalah 26.000 TNi dengan mengasumsikan beban puncak 42MW serta menggunakan umpan bijih nikel dengan kadar 2,38%. Meski demikian, untuk konservasi cadangan, ANTAM umumnya menggunakan umpan bijih dengan kadar rata-rata 1,8%-2,0% dan beban pabrik sekitar 38-40MW, sehingga total produksi ketiga pabrik feronikel berada di kisaran level 18.000-20.000 TNi.

Pelanggan dari produk Ferronickel merupakan PT ANTAM, Tbk – PT ANTAM, Tbk (B2B) yang berdomisili di Indonesia ataupun luar negeri. Berikut daftar PT ANTAM, Tbk yang menjadi buyer produk ferronickel selama tahun 2012-2017:

**Tabel 1.1**  
**Daftar buyer produk ferronickel tahun 2012-2017**

| NO | Tahun | Buyer                            |
|----|-------|----------------------------------|
| 1  | 2012  | INERSIA SINGAPORE PTE,LTD        |
| 2  |       | PT DWI MEGATAMA SEJAHTERA        |
| 3  |       | AVARUS AS                        |
| 4  | 2013  | FUJIAN HUAXIN AGRICULTURAL       |
| 5  |       | POLAM (HONGKONG) HOLDING LIMITED |
| 6  |       | PT MINSOURCES INTERNATIONAL      |
| 7  |       | PT SENOPATI                      |
| 8  |       | SINO ADD SINGAPORE               |
| 9  | 2014  | POSCO                            |
| 10 |       | AVARUS AS                        |
| 11 | 2015  | POSCO                            |
| 12 |       | NIPPON YAKIN KOGYO CO,LTD        |
| 13 |       | AVARUS AG                        |
| 14 |       | PACIFIC METALS CO,LTD            |
| 15 |       | SUMITOMO METALS MINING CO,LTD    |
| 16 |       | EVER KEEN ENTERPRISE LIMITED     |
| 17 | 2016  | POSCO                            |
| 18 |       | SMI                              |
| 19 |       | SEAH                             |
| 20 |       | METCO                            |
| 21 |       | INDOFERRO                        |
| 22 |       | TAIGANG                          |
| 23 |       | JINDAL                           |
| 24 |       | SHOWA                            |
| 25 | 2017  | Vienna                           |
| 26 |       | ni-met                           |
| 27 |       | angela san                       |
| 28 |       | china minmetals                  |
| 29 |       | tisco trading                    |
| 30 |       | cylle jouvin                     |
| 31 |       | damien lefevre                   |
| 32 |       | metco marketing india            |

**Sumber: rekap penulis, 2018**

Berdasarkan tabel diatas dapat kita lihat bahwa pelanggan produk ferronickel merupakan PT ANTAM, Tbk yang pada umumnya berdomisili di wilayah Asia dan Eropa. Sebagai PT ANTAM, Tbk tambang yang menjual produk ferronickel kepada pembeli *business to business* (B2B), kerap kali konsumen komplain terhadap kualitas produk dan layanan yang diberikan oleh PT ANTAM, Tbk. Berdasarkan hasilinterview dengan *sales manager* Antam hal tersebut membuat PT ANTAM, Tbk selalu berusaha untuk meningkatkan kualitas produk dan pelayanan untuk mempertahankan kepuasan pelanggannya. Antam memiliki pelanggan yang loyal terutama dari negara bagian Asia dan Eropa hal ini disebabkan karena antam selalu meningkatkan kualitas produk dan pelayanan yang diberikan kepada konsumen sehingga pelanggan antam merasa puas akan kebutuhan yang terpenuhi oleh PT ANTAM, Tbk ini.

Berdasarkan uraian diatas, penulis mencoba mengadakan penelitian mengenai: **“Tinjauan Kepuasan Pelanggan pada Produk Ferronickel PT. Aneka Tambang, Tbk Tahun 2012-2017.”**

### **1.3 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, dapat dirumuskan permasalahan yang ingin diungkap dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat kepuasan pelanggan produk ferronickel PT ANTAM, Tbk dilihat dari *product, service, and purchase quality*?
2. Faktor kualitas produk, pelayanan, dan pembelian apa yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan produk ferronickel PT ANTAM, Tbk?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, dapat diketahui tujuan penelitian yang ingin diungkapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui tingkat kepuasan pelanggan produk ferronickel PT ANTAM, Tbk dilihat dari *product, service, and purchase quality*

2. Untuk menganalisis faktor kualitas produk dan pelayanan apa yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan produk ferronickel PT ANTAM, Tbk.

### **1.5 Kegiatan Penelitian**

Peneliti berharap agar penelitian ini dapat berguna untuk seluruh pembaca yang ingin melakukan penelitian selanjutnya dan untuk praktisi atau pelaku bisnis yang lain. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan baik secara teoritis maupun praktis, sebagai berikut:

- a. Manfaat Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dalam dunia pendidikan untuk menambah ilmu pengetahuan khususnya Manajemen Pemasaran. Sebagai dokumentasi untuk melengkapi penelitian-penelitian sebelumnya dan memberikan pengetahuan tentang Analisis Kepuasan Pelanggan. Serta memberikan masukan kepada penelitian berikutnya dan dapat menambah wawasan lebih kepada pembaca.

- b. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi PT ANTAM, Tbk antam pada khususnya divisi *sales and marketing* agar PT ANTAM, Tbk dapat mempertahankan kelangsungan usaha dalam jangka panjang dan bagi pengusaha pertambangan pada umumnya, dimana hal itu dapat memberikan inspirasi-inspirasi terkait Kepuasan Pelanggan agar PT ANTAM, Tbk dapat semakin berkembang di masa yang akan datang.

### **1.6 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan dibuat untuk memberikan gambaran umum tentang penelitian yang dilakukan dan untuk kejelasan penulisan hasil penelitian. Dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

## **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini menjelaskan tentang gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan mengenai teori-teori yang berkaitan dengan masalah yang dibahas seperti teori manajemen pemasaran, jasa, pemasaran jasa, bauran pemasaran, *dimensi Product & Service Quality*, dan teori Kepuasan Pelanggan. Adapun hal-hal yang harus di lengkapi seperti, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian dan ruang lingkup penelitian.

## **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini membahas mengenai pendekatan, metode dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisa data yang dapat menjawab atau menjelaskan masalah dalam penelitian.

## **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini membahas mengenai hasil dan pembahasan atas permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini yaitu tentang *Service & Product Quality*.

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisi kesimpulan akhir yang diperoleh dari hasil penelitian dan saran-saran yang dapat dimanfaatkan oleh PT ANTAM, Tbk berkaitan dengan *Service & Product Quality* yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan yang diberikan oleh penulis.