

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Menurut Badan Pembinaan Hukum Nasional (BPHN) produk cacat adalah produk yang tidak dapat memenuhi tujuan pembuatannya, baik karena kesengajaan atau kealpaan dalam proses produksinya maupun disebabkan hal-hal lain yang terjadi dalam peredarannya, atau tidak menyediakan syarat-syarat keamanan bagi manusia atau harta benda mereka dalam penggunaannya, sebagaimana diharapkan orang. Jika produk cacat tersebut terbukti membahayakan konsumen, maka para produsen memiliki kewajiban untuk memperbaiki kesalahan atau produk cacat tersebut.

Beberapa tahun terakhir ini kasus *product recall* kerap ditemui untuk berbagai produk. Penarikan kembali suatu produk atau yang lebih dikenal dengan *product recall* biasa terjadi untuk produk cacat yang disebabkan kelalaian perusahaan saat produksi. Penarikan kembali mungkin berdampak pada pasar saham dari perusahaan yang bersangkutan (Jarrel dan Peltzman, 1985). Para produsen melakukan langkah *product recall* untuk memperbaiki citra produsen serta menjaga kepercayaan konsumen, karena para produsen tentunya tidak ingin kehilangan konsumennya. Perusahaan harus memperkuat tanggung jawab secara sosial saat terjadi kasus *product recall* (Jolly dan Mowen, 1985). Dengan demikian, produsen menunjukkan perhatian kepada konsumennya dengan

memberikan produk kualitas unggul, sehingga dapat menghasilkan gambaran merek yang dapat diandalkan. Citra produsen memainkan peran yang penting dalam menentukan dampak dari penarikan kembali pada perilaku konsumen (Siomkos, 1999). Selain itu, (Dinnie et al, 2006) juga menjelaskan bahwa citra perusahaan memiliki dampak positif dalam mempertahankan pelanggan. Penelitian lain juga menunjukkan bahwa loyalitas merek secara langsung mempengaruhi niat beli (Mittal et al, 1998).

Kasus *product recall* yang banyak terjadi biasa dijumpai dalam industri otomotif, khususnya mobil. Banyak sekali kasus produk cacat pada mobil, seperti masalah *airbag* yang tidak berfungsi dengan baik, permasalahan pada mesin serta sistem bahan bakar, dan masih banyak lagi permasalahan lainnya. Tetapi perlu diketahui kasus *product recall* tidak hanya ditemui pada produk otomotif saja, melainkan dapat dijumpai juga pada produk makanan, obat-obatan, peralatan rumah tangga serta *gadget*.

Untuk *product recall gadget* yang belum lama terjadi adalah yang dilakukan Apple terhadap salah satu produknya yaitu iPhone 5 yang diketahui memiliki permasalahan pada *chargernya* yang mengeluarkan suhu terlalu panas (*overheating*) ketika dipakai, serta tombol *sleep/ wake* yang dilaporkan gagal bekerja (tekno.liputan6.com). Pihak Apple telah menetapkan bahwa USB adaptor Apple berdaya 5 watt untuk model Eropa bisa mengeluarkan suhu panas berlebih dan menimbulkan resiko keselamatan. Sebagai solusinya, Apple memutuskan untuk melakukan *product recall* dengan menukarkan setiap adaptor *charger* iPhone yang bermasalah tersebut dengan adaptor yang baru secara gratis.

Sedangkan untuk mengatasi permasalahan tombol *power/ sleep* yang gagal bekerja, Apple menggelar program servis gratis penggantian tombol *power/ sleep* tersebut secara cuma-cuma. Untuk mempermudah proses penggantian komponen yang cacat, Apple menyediakan laman khusus bagi para pengguna yang merasa memiliki permasalahan tersebut, pengguna diwajibkan memasukkan nomor serial perangkat iPhone 5 yang mereka miliki.

Penelitian ini akan meneliti dampak *product recall* iPhone 5 yang terjadi di luar negeri terhadap citra perusahaan, loyalitas serta niat beli ulang konsumen yang ada di Indonesia. Melihat dari kasus tersebut apakah para konsumen tetap berniat untuk membeli produk iPhone setelah mengetahui adanya kasus *product recall* tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

Permasalahan *product recall* yang disebabkan kesalahan saat produksi tentu akan sangat berdampak pada konsumen. Tentunya kasus *product recall* beserta langkah penanganannya tersebut juga akan menentukan nasib perusahaan kelak. Apabila produsen tidak menanggulangi dan bertanggung jawab terhadap permasalahan tersebut, maka tidak menutup kemungkinan kepercayaan konsumen akan hilang. Maka peneliti memunculkan permasalahan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah penanganan *product recall* akan mempengaruhi citra perusahaan?
2. Apakah citra perusahaan akan mempengaruhi loyalitas konsumen?
3. Apakah citra perusahaan akan mempengaruhi niat beli ulang konsumen?
4. Apakah loyalitas konsumen akan berpengaruh terhadap niat beli ulang?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh penanganan *product recall* terhadap citra perusahaan (Apple)
2. Untuk mengetahui pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas konsumen.
3. Untuk mengetahui pengaruh citra perusahaan terhadap niat beli ulang konsumen.
4. Untuk mengetahui pengaruh loyalitas konsumen terhadap niat beli ulang.

1.4 Batasan Penelitian

Masalah yang akan diteliti adalah pengaruh *product recall* terhadap citra perusahaan, loyalitas dan niat beli ulang konsumen. Untuk itu peneliti membatasi masalah tersebut sebagai berikut:

1. Penelitian dilakukan di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) dengan subyek orang yang memiliki iPhone.
2. Objek penelitian adalah produk merek Apple, yaitu iPhone.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kontribusi teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu menjelaskan pengaruh *product recall* terhadap citra perusahaan, loyalitas dan niat beli konsumen. Serta penelitian ini kiranya memiliki manfaat bagi akademis, sebagai tambahan informasi dan sebagai bahan perbandingan bagi penelitian lain.

2. Kontribusi praktis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran mengenai fenomena *product recall* yang belakangan ini kerap terjadi. Serta penelitian ini kiranya dapat membantu para praktisi pemasaran dalam merancang strategi yang tepat dalam menciptakan reputasi perusahaan yang berkelanjutan.