

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia industri telah berkembang pesat yang ditandai dengan banyak munculnya konsekuensi langsung pada peningkatan persaingan antar perusahaan. Sementara masyarakat mulai beralih menjadi masyarakat yang lebih kritis, hal ini menimbulkan tingginya tuntutan ke perusahaan untuk menghasilkan produk atau jasa yang berkualitas. Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan agar dapat mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan. Penilaian kualitas pelayanan ditentukan oleh pengguna jasa layanan tersebut, pengguna jasa akan menilai dengan membandingkan pelayanan yang akan mereka terima dengan yang mereka harapkan. Untuk itu kualitas pelayanan dapat ditentukan melalui suatu usaha agar dapat memenuhi kebutuhan dan harapan-harapan pengguna jasa. Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan, sehingga memberikan dorongan kepada pelanggannya. Kepuasan pelanggan akan timbul setelah seseorang mengalami pengalaman dengan kualitas pengalaman yang diberikan oleh penyedia jasa. Menurut Armand V. Feigenbaum mengatakan bahwa “*quality is whatever the buyer say it*” dimana hal ini menjelaskan bahwa respon pelanggan terhadap kualitas produk yang diberikan oleh perusahaan dapat diberikan dalam bentuk apa saja, berbagai bentuk dan cara untuk mengungkapkannya. Dengan ini kualitas dengan tingkat kepuasan memiliki arti, semakin puas maka dianggap semakin berkualitas.

UD. Usaha Kita merupakan suatu perusahaan milik perorangan yang berjalan dari tahun 2002 hingga saat ini. Usaha ini memproduksi pembersih porselen yang terbuat dari HCL atau biasa disebut dengan asam klorida dan campuran bahan lainnya. Produk pembersih porselen ini memiliki nilai guna untuk membersihkan keramik atau porselen hingga kamar mandi yang memiliki noda membandel. Perusahaan ini berkomitmen untuk menyediakan produk yang berkualitas tinggi, pelayanan yang ramah, dan harga yang terjangkau. Kualitas produk yang dihasilkan oleh pihak perusahaan terhadap kinerjanya dalam menghasilkan suatu produk pembersih porselen akan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Keluhan layanan pembelian produk pembersih porselen yang diproduksi oleh UD. Usaha Kita menjadi latar belakang mendasar untuk mengidentifikasi atribut produk sehingga dapat mengetahui atribut mana yang perlu diprioritaskan dalam melakukan perbaikan. Keluhan tersebut meliputi waktu tunggu pelayanan yang cukup lama, kurang ramahnya karyawan dalam memberikan layanan, fasilitas yang kurang memadai seperti tidak adanya ruang tunggu, dan sering terjadinya komplain karena jam operasional yang tidak menentu. Berdasarkan hasil survei kepuasan pelanggan yang telah dilakukan ditemukan bahwa responden yang mengisi kuesioner berjenis kelamin Laki-laki sebanyak 33% dan sebanyak 67% berjenis kelamin Perempuan. Sebanyak 30% pelanggan menjawab tidak puas terhadap pelayanan pembelian pembersih porselen pada UD. Usaha Kita dan 70% pelanggan lainnya menjawab puas terhadap pembelian pembersih porselen pada UD. Usaha Kita. Berdasarkan presentase tersebut, menunjukkan bahwa ada beberapa area penting yang perlu diperbaiki untuk meningkatkan kepuasan pelanggan secara komprehensif.

Tabel 1.1 Survei Kepuasan Pelanggan Pada UD. Usaha Kita

No	Keterangan	Jumlah	Persentase
1.	Jenis Kelamin		
	a. Laki - Laki	33	33%
	b. Perempuan	67	67%
Total		100	100%
2.	Kepuasan Pelanggan		
	a. Pelanggan Puas	70	70%
	b. Pelanggan Tidak Puas	30	30%
Total		100	100%

Dari permasalahan diatas, untuk penyelesaiannya peneliti menggunakan Metode Servqual (*Service Quality*) dan Model Kano. Metode Servqual (*Service Quality*) merupakan *tools* yang diperuntukkan dalam menganalisis dan menunjukkan terkait perbedaan antara kualitas layanan yang diharapkan pelanggan terhadap kualitas layanan yang telah dilakukan oleh perusahaan. Dalam metode ini terdapat lima dimensi ukuran kualitas layanan yaitu *tangible* (bukti langsung), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *emphaty* (kepedulian). Dimensi ini yang menjadi alat ukur terhadap kualitas pelayanan dan mejadi dasar dalam memperoleh nilai kesenjangan (*gap*) (Nugroho & Suparto, 2021). Selanjutnya, dilakukan pengkategorian dimensi atribut dengan menggunakan Model Kano. Menurut Hartanto (2018) Model Kano merupakan cara untuk mengkategorikan karakteristik suatu produk atau jasa berdasarkan seberapa baiknya produk atau jasa dapat memenuhi permintaan konsumen dengan menggunakan kategori *must be requirements*, *one dimensionali*, *attractive*, *indifferent*, *reverse*, dan *questionable*. Metode ini digunakan untuk menunjukkan dimensi atribut yang perlu diprioritaskan. Alasan kenapa peneliti menggabungkan metode ini adalah dikarenakan secara bersamaan memiliki beberapa keuntungan yang strategis untuk meningkatkan kualitas layanan serta memastikan kepuasan

pelanggan yang lebih tinggi. Masing-masing metode ini memiliki fokus yang berbeda namun tetap saling melengkapi. Hasil analisis yang lebih komprehensif terhadap kebutuhan dan harapan pelanggan merupakan salah satu kelebihan dari kedua metode tersebut. Dengan kedua metode tersebut, perusahaan dapat mengetahui dimana letak kelemahan mereka dalam memberikan layanan sehingga perusahaan dapat fokus pada aspek yang benar-benar penting bagi pelanggan.

Dengan demikian hal ini perlu dilakukan agar perusahaan mampu memenuhi ekspektasi konsumen terhadap produk yang dihasilkan. Sehingga dalam hal ini citra perusahaan dan produk pembersih porselen yang diproduksi oleh UD. Usaha Kita ini dinyatakan baik oleh konsumen. Terbentuknya kepuasan pelanggan dapat menghasilkan beberapa manfaat seperti keharmonisan antara perusahaan dan pelanggannya, terciptanya pembelian ulang, hingga kesetiaan pelanggan. Hasil penelitian ini harapannya untuk memahami pelanggan dengan lebih baik, meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan, dan dapat menjadi rekomendasi bagi UD. Usaha Kita dalam peningkatan kepuasan pelanggan beserta atribut yang perlu diprioritaskan dengan tujuan untuk mempertahankan loyalitas pelanggan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan suatu permasalahan yaitu:

1. Bagaimana tingkat kepuasan pelanggan di UD. Usaha Kita
2. Bagaimana usulan perbaikan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah maka permasalahan perlu dibatasi sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya berfokus pada produk pembersih porselen pada UD. Usaha Kita
2. Data yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari pengisian kuesioner.

1.4 Asumsi - Asumsi

Adapun asumsi-asumsi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Setiap karyawan memiliki keahlian yang sama pada setiap bidangnya.
2. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini dapat mewakili populasi pembeli produk pembersih porselen UD. Usaha Kita.

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini yaitu

1. Mengetahui tingkat kepuasan pelanggan pada UD. Usaha Kita.
2. Memberikan usulan perbaikan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan pada UD. Usaha Kita.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang dapat diberikan bagi semua pihak adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Menambah pengetahuan tentang Metode *Service Quality* dan Model Kano
 - b. Menunjukkan bahwa Metode *Service Quality* dan Model Kano dapat diterapkan pada berbagai jenis perusahaan.
 - c. Memberikan kontribusi pada teori dan praktik manajemen kualitas, khususnya dalam konteks usaha kecil menengah.
2. Manfaat Praktis
 - a. Membantu UD. Usaha Kita untuk meningkatkan kualitas produk dan layanannya, sehingga meningkatkan kepuasan pelanggan dan pada akhirnya meningkatkan kinerja dan profitabilitasnya.
 - b. Mengembangkan rekomendasi perbaikan produk pembersih porselen untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang lebih baik.
 - c. Membantu para produsen pembersih porselen lainnya untuk fokus pada perbaikan atribut yang paling penting bagi pelanggan.

1.7 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab pendahuluan berisi penjelasan mengenai latar belakang penelitian serta permasalahan yang akan diteliti. Juga diuraikan tentang rumusan masalah yang diteliti, tujuan penelitian, manfaat

penelitian, serta batasan dan asumsi-asumsi yang digunakan dalam permasalahan di UD. Usaha Kia serta sistematik penulisan tugas akhir.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini membahas tentang pemahaman yang linear dengan topik permasalahan pada penelitian ini. Hal tersebut memuat landasan teori untuk mengolah dan menganalisis data terkait dengan metode yang digunakan yaitu metode *service quality* dan model kano.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini membahas tentang lokasi dan waktu saat penelitian, variabel, Teknik analisis data dan pengolahan data serta kerangka pemecahan masalah (*flowchart*) yang digunakan untuk memperjelas langkah-langkah pemecahan masalah dengan menggunakan metode *service quality* dan model kano.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisikan pengumpulan data, pengolahan dari data, dan juga analisis data menggunakan metode *service quality* dan model kano. Selanjutnya berdasarkan hasil analisis dilakukan pemberian strategi perbaikan untuk perusahaan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisikan tentang kesimpulan atas analisis dari hasil pengolahan data untuk menjawab tujuan penelitian serta berisi

tentang strategi perbaikan yang diberikan sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN