

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi saat ini, perkembangan teknologi dan informasi membuat perusahaan semakin serius dalam melayani pelanggan. Setiap perusahaan yang ingin berkembang di pasar harus dapat memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggannya. Selain itu, perusahaan perlu berpikir kreatif untuk menciptakan inovasi unik yang akan menjadi ciri khas mereka. Kepuasan pelanggan adalah kesuksesan sebuah perusahaan, karena perusahaan dapat bertahan dalam menghadapi persaingan yang ketat dan perkembangan dunia bisnis saat ini terfokus pada kepuasan dan keinginan pelanggan, sehingga kualitas produk atau jasa yang ditawarkan kepada pelanggan merupakan faktor mendasar dalam menentukan produk atau jasa yang diinginkan.

PT Miracle Carbon Indonesia merupakan salah satu perusahaan yang berdiri di Kota Tuban. Perusahaan ini dibangun pada tahun 2022 dan bergerak dalam bidang produksi pembuatan briket. Perusahaan ini telah melakukan pengiriman di berbagai daerah seperti Tuban, Bojonegoro, Malang, Surabaya, Sidoarjo, Gresik, Banyuwangi, Tangerang, Bekasi, Ambon, Samarinda, Singosari, Kudus, Jombang, Magetan, Mojokerto, Pekanbaru Riau, dan Banten.



Gambar 1.1 Arang Briket

PT Miracle Carbon Indonesia merupakan perusahaan baru dan dalam perkembangan, sehingga terdapat beberapa keluhan. Dilakukan wawancara dengan kepala perusahaan, diketahui bahwa pada Bulan November terdapat 3 keluhan. Jika kepuasan pelanggan berkurang akan berdampak pada turunnya daya beli dan berkurangnya citra atau nama baik perusahaan.

Dalam mencari tingkat kepuasan pelanggan terdapat beberapa metode yaitu metode Kano, metode *Importance-Performance Analysis* (IPA), metode *Customer Satisfaction Index* (CSI), dan *Service Quality* (Servqual). Metode Kano dikembangkan oleh Noriaki Kano. Metode Kano merupakan metode yang digunakan untuk mengategorikan atribut-atribut dari produk maupun jasa berdasarkan seberapa baik produk atau jasa tersebut mampu memuaskan kebutuhan pelanggan (Kano, 1985). Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) merupakan suatu teknik penerapan yang mudah untuk mengatur atribut dari tingkat kepentingan dan tingkat pelaksanaan yang berguna untuk pengembangan program pemasaran yang efektif (Ruhimat, 2008). Metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) merupakan metode yang digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan responden secara menyeluruh dengan memperhatikan tingkat kinerja dan tingkat kepentingan dari pernyataan yang diukur (Aritonang, 2005). Metode *Service Quality* (Servqual) dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang mereka terima atau peroleh, metode Servqual adalah metode yang sering digunakan untuk mengukur kualitas layanan (Heru, 2014).

Penelitian yang dilakukan oleh Aulia dan Iva (2021) dengan judul “Analisis Kepuasan Pelanggan De Laundry dengan Menggunakan Metode *Customer Satisfaction Index* dan *Service Quality*”. Metode yang digunakan yaitu metode *Customer Satisfaction Index* dan *Service Quality*. Kesimpulan dari penelitian ini adalah tingkat kepuasan konsumen maupun pelanggan De Laundry dengan menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* sebesar 80%. Berdasarkan tabel indeks kepuasan pelanggan persentase tersebut menunjukkan bahwa pelanggan merasa puas dengan layanan atau kinerja yang diberikan. Hal ini harus dipertahankan dan perlu ditingkatkan oleh pihak manajemen agar dapat mencapai persentase 100%. Penelitian berikutnya yang dilakukan oleh Siyamto (2017)

dengan judul “Kualitas Pelayanan Bank Dengan Menggunakan Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI) Terhadap Kepuasan Nasabah”. Metode yang digunakan dalam penelitian tersebut yaitu metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI). Berdasarkan penelitian tingkat kesesuaian nilai kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah bank mencapai nilai 95,21%. Nilai tersebut berada pada rentang 80-100%, dengan demikian secara keseluruhan nasabah merasa puas terhadap kinerja pelayanan bank di Surakarta. Hal itu juga dapat diperlihatkan dari hasil perhitungan CSI yang menghasilkan nilai sebesar 80.80%, yang menandakan bahwa pelayanan yang diberikan oleh pihak bank terhadap kepuasan nasabah dirasa puas oleh pihak nasabah. Berdasarkan hasil penelitian tersebut maka metode Kano, *Importance Performance Analysis* (IPA), dan *Customer Satisfaction Index* (CSI) dapat digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan.

Metode yang digunakan dalam penelitian di atas untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan maka digunakan metode yaitu metode *Importance Performance Analysis* (IPA), dan *Customer Satisfaction Index* (CSI). Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) memiliki beberapa kelebihan. Kelebihan tersebut antara lain dapat menunjukkan atribut produk/jasa yang perlu ditingkatkan ataupun dikurangi untuk menjaga kepuasan konsumen, hasilnya relatif mudah diinterpretasikan, dan skalanya relatif mudah dimengerti. Selain metode IPA, terdapat metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan. Metode ini memiliki beberapa keunggulan antara lain efisiensi (tidak hanya indeks kepuasan tetapi sekaligus memperoleh informasi yang berhubungan dengan dimensi/atribut yang perlu diperbaiki), mudah digunakan dan sederhana serta menggunakan skala yang memiliki sensitivitas dan reliabilitas cukup tinggi sehingga dapat memberikan rekomendasi perbaikan terhadap atribut-atribut yang perlu ditingkatkan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan dan produk pada PT Miracle Carbon Indonesia dengan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI)?
2. Bagaimana menentukan atribut yang menjadi prioritas untuk ditingkatkan kualitasnya?
3. Bagaimana usulan perbaikan atribut yang menjadi prioritas untuk ditingkatkan kualitasnya?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui kepuasan pelanggan terhadap pelayanan dan produk yang diberikan pada PT Miracle Carbon Indonesia menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI).
2. Untuk mengetahui atribut yang menjadi prioritas ditingkatkan kualitasnya oleh PT Miracle Carbon Indonesia.
3. Untuk memberikan usulan perbaikan atribut yang menjadi prioritas untuk ditingkatkan kualitasnya.

1.4 Manfaat

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang terlibat dalam penelitian sebagai berikut:

1. Bagi akademisi, penelitian ini dapat menambah literatur dan wawasan dalam bidang kepuasan pelanggan dengan metode yang digunakan dalam penelitian ini dan diharapkan mampu menjadi referensi terhadap penelitian-penelitian selanjutnya.
2. Bagi praktisi atau organisasi, penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan produk sehingga perusahaan menjadi lebih baik.
3. Bagi peneliti, penelitian ini sebagai sarana untuk menerapkan ilmu dan metode yang telah didapatkan selama perkuliahan.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Berdasarkan penelitian ini, ruang lingkup penelitian dibagi menjadi dua yaitu batasan penelitian dan asumsi penelitian. Masing-masing digunakan untuk menghindari adanya penyimpangan pembahasan dari permasalahan yang telah diuraikan sebelumnya.

1.5.1 Batasan Masalah

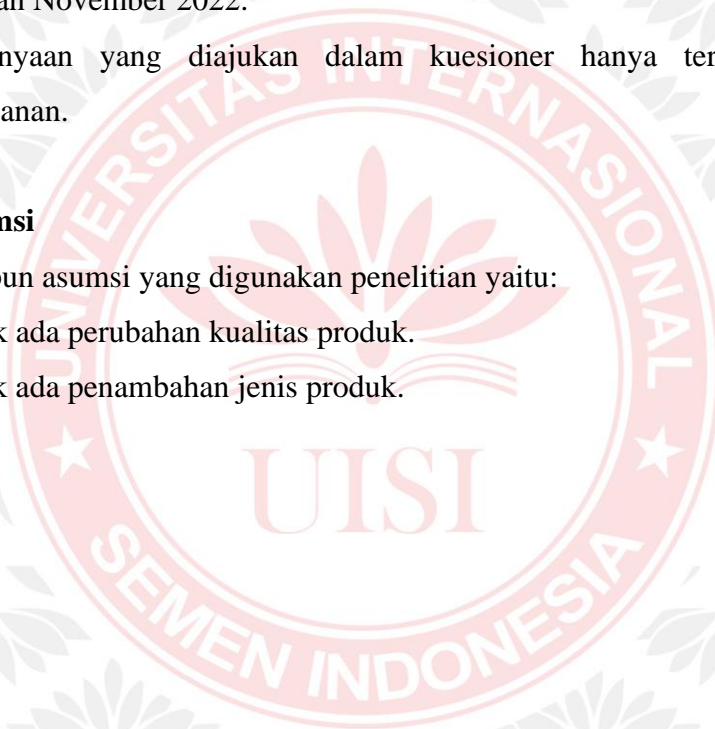
Adapun batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Responden diambil dari konsumen periode Bulan September 2022 sampai dengan November 2022.
2. Pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner hanya terkait variabel pelayanan.

1.5.2 Asumsi

Adapun asumsi yang digunakan penelitian yaitu:

1. Tidak ada perubahan kualitas produk.
2. Tidak ada penambahan jenis produk.



(Halaman sengaja dikosongkan)

