

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi dan digital ini, pertumbuhan teknologi yang sangat cepat bukan lagi hal yang tidak wajar. Semua hal dalam bidang apapun mulai berkembang dengan sangat cepat, salah satu bidang yang terpengaruh langsung dengan perkembangan teknologi adalah bidang usaha. Seiring perkembangan zaman dan perubahan teknologi yang digunakan juga memengaruhi persaingan usaha. Bisnis atau usaha dengan bidang yang sama menyebabkan persaingan yang ketat antara suatu perusahaan dengan perusahaan yang lainnya. Dunia bisnis yang sudah berkembang sekarang menimbulkan kedudukan pemasaran menjadi sangat bernilai untuk bertahannya suatu usaha. Dengan menggunakan teknik pemasaran yang sesuai, suatu industri dapat berkompetisi dalam dunia bisnis yang kompetitif ini. Banyak kegiatan yang bisa dilaksanakan suatu industri guna memenangkan suatu persaingan.

Teknik-teknik pemasaran yang baik akan meningkatkan penjualan pada sebuah perusahaan. Perkembangan zaman mengakibatkan teknik-teknik pemasaran yang digunakan oleh perusahaan pun semakin variatif dan kreatif. Selain pada sisi pemasaran, masih banyak lagi faktor yang dapat memengaruhi peningkatan kinerja perusahaan. Tujuan yang ingin didapatkan oleh sebuah perusahaan selain keuntungan yang berupa profit. Semua perusahaan dalam melakukan kegiatan usahanya selalu berputar pada profit yang menjadi titik acuan sukses tidaknya perusahaan tersebut. Untuk mendapatkan profit, perusahaan harus memiliki pelanggan dan harus dijaga kualitasnya dengan baik agar pelanggan tidak melakukan pembelian dengan perusahaan lain. Salah satu cara untuk menjaga pelanggan tetap melakukan pembelian dengan perusahaan yang sama adalah dengan membuat pelanggan merasa puas dan nyaman dengan perusahaan tersebut. Hal ini disebabkan pembeli yang puas dengan sebuah perusahaan akan melaksanakan pembelian kembali. Beberapa faktor yang sangat berpengaruh dalam mengapai kepuasan pembeli ialah mutu produk yang ditawarkan serta mutu pelayanan sebuah perusahaan terhadap pelanggan. Pembeli yang puas dapat dijadikan aset yang berharga untuk sebuah perusahaan. Kepuasan pembeli dapat menciptakan loyalitas kepada perusahaan tersebut dan akan menggambarkan keadaan yang bagus perihal perusahaan serta produk perusahaan tersebut ke ke orang lain atau yang sering disebut pemasaran *word of mouth*.

Menurut Noviyanti dalam Kailis (2021) produk merupakan barang ataupun layanan yang hendak dijual oleh penjual ke pembeli. Suatu produk dinyatakan berkualitas jika dapat membahagiakan pelanggan. Kualitas pelayanan terhadap pelanggan sangat penting agar pelanggan merasa puas terhadap perusahaan. Mutu pelayanan, ialah tingkatan kelebihan penyedia jasa dalam mencukupi keinginan yang dimiliki oleh seorang pelanggan (Syahwi, 2021).

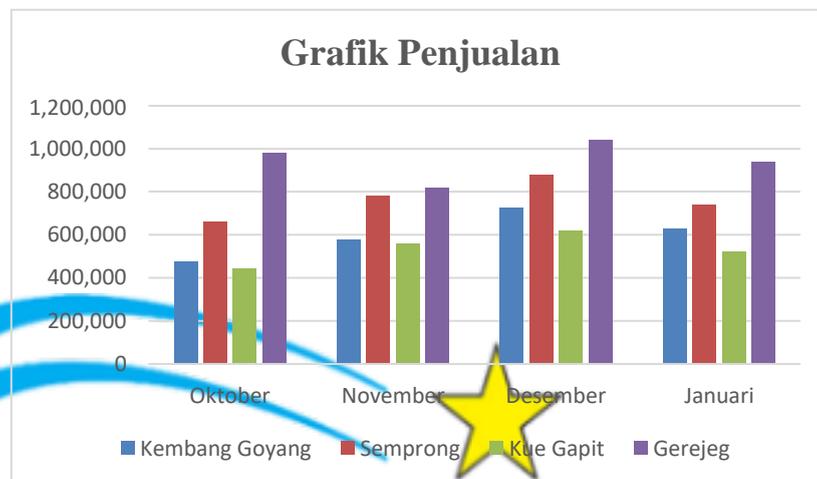
Menurut Wilson dalam Kailis (2021) kualitas pelayanan dapat diukur dari seberapa baik tingkat upaya sebuah perusahaan untuk memenuhi harapan pelanggan. Sama seperti kualitas produk, kualitas pelayanan juga memiliki beberapa dimensi atau indikator dalam menentukan baik tidaknya sebuah kualitas pelayanan yang dimiliki. Beberapa dimensi atau indikator untuk kualitas pelayanan adalah seperti bukti langsung keandalan sebuah pelayanan, ketanggapan pelayanan, jaminan terhadap sebuah pelayanan serta empati yang dirasakan oleh pelanggan saat menerima pelayanan tersebut. Faktor penting dalam menjaga kepuasan pembeli ialah kualitas pelayanan, kualitas produk serta jika kedua faktor ini berjalan bersamaan maka akan terciptanya kepuasan pelanggan. Dengan terciptanya kepuasan pelanggan, diharapkan dapat meningkatkan penjualan suatu usaha yang dijalani.

UMKM Pusat Oleh-oleh Bu Evi adalah UMKM yang bergerak dibidang oleh-oleh makanan ringan Khas Jawa Barat seperti Kembang Goyang, Semprong, dan Kue Gapit. UMKM ini memiliki aktivitas usaha seperti mengolah, menjual dan mendistribusikan produk-produk yang dihasilkan ke pasar dan toko oleh-oleh di daerah Karawang. Sebagai sebuah usaha yang telah bergerak lama, umumnya pasti ada keluhan yang pernah ditunjukkan. Beberapa keluhan yang pernah disampaikan oleh pelanggan kepada UMKM ini yang berhubungan pada kualitas barang dan pelayanan yang telah ditawarkan. Beberapa kasus seperti barang yang tidak selaras dengan spesifikasi beserta pengiriman tidak tepat waktu. Hal ini ditakutkan akan memengaruhi kepuasan pelanggan yang akan berdampak terhadap penjualan yang dilakukan oleh UMKM ini menjadi tidak stabil atau bahkan menurun.

**Tabel 1.1** Data Penjualan Produk UMKM Bu Evi

<b>Laporan Penjualan Produk UMKM Bu Evi</b>			
<b>Bulan Oktober 2022</b>			
Nama Produk	Harga/bungkus	Jumlah Terjual	Total
Kembang Goyang	25.000	19	475000
Semprong	20.000	33	660000
Kue Gapit	20.000	22	440000
Grejeg	20.000	49	980000
<b>Total Penjualan</b>			<b>2555000</b>
<b>Bulan November 2022</b>			
Nama Produk	Harga/bungkus	Jumlah Terjual	Total
Kembang Goyang	25.000	23	575000
Semprong	20.000	39	780000
Kue Gapit	20.000	28	560000
Grejeg	20.000	41	820000
<b>Total Penjualan</b>			<b>2735000</b>
<b>Bulan Desember 2022</b>			
Nama Produk	Harga/bungkus	Jumlah Terjual	Total
Kembang Goyang	25.000	29	725000
Semprong	20.000	44	880000
Kue Gapit	20.000	31	620000
Grejeg	20.000	52	1040000
<b>Total Penjualan</b>			<b>3265000</b>
<b>Bulan Januari 2023</b>			
Nama Produk	Harga/bungkus	Jumlah Terjual	Total
Kembang Goyang	25.000	25	625000
Semprong	20.000	37	740000
Kue Gapit	20.000	26	520000
Grejeg	20.000	47	940000
<b>Total Penjualan</b>			<b>2825000</b>

(Sumber: UMKM Bu Evi, 2023)

**Tabel 1.2** Grafik Penjualan Produk UMKM Bu Evi

(Sumber: Pengolahan data, 2023)

Bisa dilihat pada Tabel 1.1 merupakan rincian dari keseluruhan penjualan produk UMKM Bu Evi pada bulan Oktober 2022-Januari 2023, dan juga pada Tabel 1.2 diperlihatkan grafik penjualan produk. Bisa kita lihat dari rincian penjualan diatas bahwa UMKM Bu Evi mengalami kenaikan penjualan yang cukup signifikan pada bulan November-Desember 2022 lalu mengalami penurunan penjualan pada Januari 2023. Penurunan penjualan ini bisa disebabkan oleh banyak faktor terutama dari segi kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan.

Pada UMKM Bu Evi, beberapa keluhan terkait pada kualitas produk yaitu produk yang dikirim bukan produk *fresh* jadi, adanya produk yang kotor, retak dan rusak, kemudian produk yang dikirim tidak sesuai dengan permintaan. Sehingga, berakibat adanya komplain dari pelanggan atas produk yang dijual. Sedangkan permasalahan pada Kualitas pelayanan disebabkan oleh pengiriman yang lambat (ketika menggunakan jasa *delivery*) serta komunikasi pegawai yang kurang responsif dalam menghadapi pelanggan. Keluhan dari pelanggan mengenai produk dan pelayanan yang ditawarkan oleh perusahaan bisa menjadi tolak ukur kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan dalam melakukan bisnis. Jika pelanggan merasa kualitas yang diberikan oleh penjual tidak sesuai dengan ekspektasinya, maka pelanggan dapat mencari penjual lainnya yang bisa menawarkan mutu barang yang lebih bagus menurut pelanggan. Supaya pelanggan tidak melakukan bisnis dengan perusahaan lain, sebuah perusahaan harus mampu menjaga kepuasan pelanggan.

Dalam penelitian yang dijalankan Lesmana (2021), hasil yang didapatkan dari penelitian yang dilakukan adalah bahwa mutu produk serta mutu layanan berpengaruh positif serta signifikan terhadap kepuasan pelanggan baik dengan cara parsial maupun bersamaan. Sehingga di penelitian ini berdasarkan permasalahan diatas penulis akan

mencoba melakukan penelitian untuk mencari tahu apakah pengaruh kualitas produk beserta kualitas pelayanan akan menghasilkan hasil sama dengan penelitian terdahulu dengan menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan *Importance Performance Analysis* (IPA) yang dimana CSI sendiri digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan dengan melihat tingkat kepentingan dari atribut-atribut produk atau jasa. Sedangkan IPA digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan layanan jasa yang masuk pada kuadran-kuadran pada diagram kartesius yang nantinya akan didapatkan hasil apakah pelanggan merasa puas atau tidak terhadap kualitas produk dan pelayanan yang diberikan.

Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Dengan Menggunakan Metode CSI Dan IPA (Studi Kasus: UMKM Pusat Oleh-oleh Bu Evi)”.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana dan seberapa besar tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas produk dan kualitas pelayanan UMKM Ibu Evi melalui metode CSI ?
2. Bagaimana dan apa saja atribut kepentingan kualitas produk dan kualitas pelayanan UMKM Ibu Evi yang perlu dilakukan perbaikan melalui metode IPA?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Setiap penelitian harus memiliki tujuan dan umumnya tujuan sebuah penelitian adalah untuk menjawab rumusan masalah yang sudah diberikan di awal. Adapun tujuan pada penelitian ini yaitu:

1. Mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas produk dan kualitas pelayanan UMKM Ibu Evi melalui metode CSI
2. Mengetahui apa saja atribut kepentingan kualitas produk dan kualitas pelayanan UMKM Ibu Evi yang perlu diperbaiki melalui metode IPA
3. Mengetahui hasil penilaian dan apa saja yang perlu diperbaiki dari segi kualitas produk dan kualitas pelayanan oleh UMKM Ibu Evi dengan metode IPA

## 1.4 Manfaat

Dalam tiap penelitian yang dilakukan pastinya harus ada manfaat yang bisa didapat, dari penelitian yang dilakukan oleh penulis harapannya penelitian ini dapat mendatangkan manfaat baik itu secara teoritis maupun praktis.

### 1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis yang peneliti harapkan dari penelitian ini ialah penelitian ini memungkinkan pembaca untuk memahami topik yang dibahas dalam penelitian ini yaitu kualitas produk dan kualitas layanan kepada kepuasan pelanggan. Peneliti berharap penelitian ini dapat dijadikan acuan bagi peneliti selanjutnya.

### 2. Manfaat Praktis

#### a. Bagi UMKM Bu Evi

Peneliti berkeinginan penelitian yang dilaksanakan ini bisa membagikan masukan kepada UMKM Bu Evi sehingga dapat meningkatkan mutu produk serta layanan yang dimilikinya agar konsumen bertambah puas pada saat melaksanakan pembelian dan melakukan pembelian ulang.

#### b. Bagi Universitas

Peneliti berkeinginan penelitian yang dilakukan ini bisa mendatangkan manfaat baik dalam bentuk referensi atau pedoman untuk pihak lain yang hendak mencari pengetahuan perihal kualitas produk, kualitas layanan ataupun kepuasan konsumen sesuai dengan topik yang dibahas pada penelitian ini.

#### c. Bagi Peneliti

Peneliti berkeinginan penelitian yang dilakukan ini bisa memberikan sarana peneliti dalam menyampaikan informasi dan wawasan kepada peneliti lain agar peneliti lain mampu memahami teori yang ada dan konsep nyata yang terjadi di dunia nyata.

#### d. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti berharap penelitian yang dilakukan ini bisa memberikan kontribusi kepada peneliti lain baik sebagai referensi, pedoman, masukan ataupun perbandingan yang diperlukan oleh peneliti selanjutnya pada saat melaksanakan penelitian mendatang.

## **1.5 Batasan Masalah dan Asumsi**

### **1.5.1 Batasan Masalah**

Dari latar belakang tersebut, peneliti memberikan beberapa batasan masalah agar penelitian ini berfokus hanya kepada topik pembahasan. Beberapa batasan yang dimaksud adalah sebagai berikut :

1. Responden yang diambil adalah pelanggan dari UMKM Bu Evi.
2. Data angket akan membahas mengenai kepuasan pelanggan terhadap kualitas produk serta kualitas pelayanan yang disuguhkan UMKM Bu Evi.

### **1.5.2 Asumsi**

Berikut asumsi permasalahan yang dipakai pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Jumlah pelanggan diasumsikan lebih banyak dari perkiraan.
2. Para pelanggan yang dijadikan sampel dalam penelitian ini dipandang bersikap objektif dalam mengisi kuisioner.
3. Tidak ada faktor lain yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan selain kualitas produk dan pelayanan.

