

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini persaingan dalam dunia bisnis semakin meningkat, terlihat dari banyaknya produk yang diluncurkan oleh setiap perusahaan untuk mempertahankan keberadaannya dalam dunia bisnis. Menurut Kotler (2019) Kualitas layanan merupakan evaluasi dari pelanggan terhadap tingkat pelayanan yang diterima dalam perbandingan dengan harapan mereka. Menurut Syahputra, R. D., & Wibowo, S (2019) jika pelayanan yang diberikan memiliki kualitas yang baik, akan menghasilkan kepuasan terhadap layanan atau produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Jika pelayanan yang diterima sejalan dengan harapan, maka persepsi mengenai kualitas layanan akan dianggap positif dan memuaskan. Suatu perusahaan berusaha mempertahankan kualitas layanan agar mendapatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan mereka.

Persaingan yang semakin ketat mendorong perusahaan harus mencari cara untuk mempertahankan pangsa pasarnya. Salah satu faktor yang dapat mempertahankan pangsa pasarnya adalah mengetahui tingkat kepuasan pelanggan. Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2007:177) kepuasan pelanggan merupakan perasaan suka atau tidak puas yang timbul setelah membandingkan kinerja atau hasil produk yang diperoleh dengan ekspektasi atau harapan yang dimiliki. Keberhasilan suatu perusahaan dapat diamati melalui kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan terhadap produk dan layanan yang disediakan. Ini menunjukkan bahwa keberhasilan suatu perusahaan dapat diukur melalui tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan terhadap produk dan layanan yang diberikan. Menurut Alma (2011:5), menyatakan bahwa kepuasan pelanggan dapat menimbulkan respon positif berupa terjadinya pembelian ulang atau pelanggan menggunakan jasa itu kembali, konsumen tidak pernah melakukan *complaint* dan menganjurkan ke konsumen lain agar membeli atau menggunakan produk yang sama. Oleh karena itu, kepuasan pelanggan bukan hanya indikator keberhasilan perusahaan, tetapi juga dapat membawa dampak positif dalam bentuk interaksi lebih lanjut dan rekomendasi yang menguntungkan. Dengan memperhatikan kepuasan pelanggan, perusahaan dapat menilai apakah kinerja mereka sudah baik dan sesuai harapan, atau perlu ditingkatkan.

Dalam dunia bisnis yang kompetitif, kepuasan pelanggan menjadi faktor kunci yang menentukan keberhasilan suatu perusahaan. Usaha Mikro Kecil (UMK) perlu mengedepankan kualitas layanan agar dapat mempertahankan pelanggan dan bersaing di pasar yang semakin

ketat. Namun, banyak UMK yang masih menghadapi kesulitan memperbaiki kualitas layanan terutama pada UMK yang berlokasi di daerah terpencil atau jauh dari pusat kota.

Sama halnya seperti toko Veroza Cake & Bakery, merupakan salah satu UMK di Kabupaten Dharmasraya, Sumatera Barat yang usahanya bergerak di bidang makanan. Veroza Cake & Bakery ini menjual berbagai jenis *dessert* dan *pastries* seperti bolu jadul, brownies, kue ulang tahun hingga kue kering. Berbagai jenis kue yang ditawarkan dapat menarik perhatian pelanggan karena tampilan kue yang menarik dan indah bisa membuat calon pelanggan penasaran dan tertarik untuk mencoba kue tersebut. Hal ini dapat meningkatkan penjualan kue dan mempromosikan bisnis kue tersebut kepada lebih banyak orang. Dapat dilihat pada data penjualan usaha Veroza Cake & Bakery pada tahun 2019-2022.

Tabel 1.1
Total Penjualan Veroza Cake & Bakery Tahun 2019 - 2022

No	Jenis Produk	2019 (Rupiah)	2020 (Rupiah)	2021 (Rupiah)	2022 (Rupiah)
1.	Dessert Box	10,050,000	100,165,000	365,020,000	525.750.000
2.	Kue Ulang Tahun	1,750,000	53,400,000	80,350,000	375,750,000
3.	Kue Kering	-	15,000,000	28,000,000	100,400,000
4.	Brownies	400,000	6.250.000	18,750,000	33,450,000
5.	Bolu Jadul	-	3.300.000	22,500,000	10,500,000
6.	Salad Buah	-	7,000,000	6,830,000	10,550,000
7.	Rujak Kacang Mede	420,000	2.450.000	3,150,000	5,250,000
8.	Puding Triple Choco	-	1,950,000	5,250,000	4,600,000
9.	Mango Sago Yakult	-	-	6,750,000	4,050,000
10.	Risoles	-	2,250,000	5,650,000	1,000,000
TOTAL PENJUALAN		12,620,000	191,765,000	542,250,000	1,071,300,000

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2023

Berdasarkan tabel 1.1 menampilkan angka penjualan yang lebih tinggi daripada tahun sebelumnya. menunjukkan pertumbuhan angka yang signifikan dari tahun 2019-2022. Setiap

tahun, angka penjualan meningkat, menandakan bahwa produk atau layanan yang ditawarkan memiliki daya tarik yang terus bertambah di mata pelanggan.



Gambar 1.1 Grafik Penjualan Veroza Cake & Bakery

Sumber : Data Diolah Peneliti, 2023

Berdasarkan grafik pada gambar 1.1 penjualan yang terus naik setiap tahunnya menunjukkan garis yang cenderung bergerak ke atas seiring berjalannya waktu. Grafik tersebut menunjukkan bahwa meskipun terjadi pandemi COVID-19 pada tahun 2020-2022, penjualan Veroza Cake & Bakery tetap mengalami peningkatan yang signifikan dari tahun 2019 hingga 2022. Ini berarti menunjukkan bahwa angka penjualan meningkat secara konsisten dari tahun ke tahun. Peningkatan penjualan tersebut dapat memperkuat posisi perusahaan di pasar dan meningkatkan keuntungan. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan Veroza Cake & Bakery ini mampu mengatasi tantangan yang dihadapi selama masa pandemi dan tetap berkinerja baik.

Meskipun terdapat peningkatan dalam penjualan, namun pada periode April-Juni 2023, terjadi penurunan pelayanan sebesar 20%. Berdasarkan pengamatan yang dilakukan melalui wawancara langsung dengan 20 pelanggan di toko Veroza, terdapat hasil yang menunjukkan keterbatasan pada toko Veroza yaitu lokasi toko yang jauh dari pusat kota dan jauh dari keramaian sehingga tidak menyediakan sistem *delivery* karena kurangnya tenaga. Lokasi usaha adalah faktor penting dalam kesuksesan bisnis. Sayangnya, Veroza Cake & Bakery terletak di pinggiran kota, jauh dari pusat keramaian dan tempat-tempat yang sering dikunjungi oleh penduduk setempat maupun wisatawan. Dampak negatif dari lokasi ini adalah kurangnya perhatian dari pengunjung potensial. Banyak orang cenderung lebih memilih toko-toko yang

terletak lebih dekat dan mudah diakses daripada harus melakukan perjalanan jauh hanya untuk mencari kue dan roti. Sebagai hasilnya, meskipun produk Veroza Cake & Bakery memiliki kualitas yang baik, daya tarik potensial pelanggan terhambat oleh jarak yang harus mereka tempuh. Situasi ini berpotensi menimbulkan kekecewaan pelanggan dan risiko kehilangan bisnis.

Sedangkan pelayanan yang optimal akan menghasilkan efek positif terhadap kepuasan dan kesetiaan pelanggan Nandhsari (2015). Perusahaan akan mendapatkan sejumlah manfaat dengan mencapai tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi. Kualitas layanan ini juga berdampak pada reputasi perusahaan, di mana pelayanan yang kurang baik akan menciptakan citra yang negatif dan menyebabkan kekecewaan bagi konsumen Normasari (2013). Oleh karena itu, perusahaan harus mempertahankan serta memperbaiki kualitas layanan mereka untuk mempertahankan tren penjualan yang positif.

Penelitian ini bertujuan untuk melakukan pengukuran kepuasan pelanggan dengan metode *Customer Satisfaction Index* dan *Importance Performance Analysis* pada Usaha Mikro Kecil Veroza Cake & Bakery di Kabupaten Dharmasraya, Sumatera Barat. Kombinasi metode CSI dan IPA sering digunakan untuk melakukan analisis kepuasan pelanggan. Metode CSI terkenal karena efisiensinya dalam mengevaluasi tingkat kepuasan secara menyeluruh. Sementara itu, metode IPA juga memberikan kemudahan penggunaan namun tetap efektif dalam memberikan informasi yang berharga. Beberapa penelitian sebelumnya telah menggunakan kedua metode ini untuk menganalisis kepuasan pelanggan. Kombinasi kedua metode ini telah terbukti efektif dalam menangani masalah analisis kepuasan pelanggan dalam penelitian sebelumnya. Dalam penelitian ini, metode tersebut akan diterapkan untuk menganalisis kepuasan pelanggan yang ada di UMK Veroza Cake & Bakery.

Maka dari itu, penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut dengan judul penelitian “Pengukuran Kepuasan Pelanggan dengan Metode *Customer Satisfaction Index* dan *Importance Performance Analysis* (Studi Kasus pada Usaha Mikro Kecil Veroza Cake Bakery Kabupaten Dharmasraya Sumatera Barat Tahun 2023)” Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat langsung bagi Veroza Cake & Bakery dalam memahami kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan mereka. Dengan memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang kualitas layanan yang penting bagi pelanggan dan tingkat kepuasan pelanggan, Veroza Cake & Bakery dapat meningkatkan kualitas produk, layanan, dan pengalaman pelanggan secara keseluruhan. Dengan memperhatikan latar belakang tersebut, penelitian ini dapat memberikan wawasan

yang berharga tentang kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Veroza Cake & Bakery dengan menerapkan metode CSI dan IPA.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada paparan latar belakang diatas, dengan ini penulis merumuskan masalah yang akan menjadi pembahasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah kepuasan pelanggan menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* produk Veroza Cake & Bakery?
2. Bagaimanakah kepuasan pelanggan menggunakan metode *Importance Performance Analysis* produk Veroza Cake & Bakery?
3. Bagaimanakah perbandingan kepuasan pelanggan metode *Customer Satisfaction Index* dan metode *Importance Performance Analysis* serta atribut apa saja untuk dapat meningkatkan kepuasan pelanggan produk Veroza Cake & Bakery?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas maka tujuan penulis melakukan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Untuk mengetahui kepuasan pelanggan menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* produk Veroza Cake & Bakery.
2. Untuk mengetahui kepuasan pelanggan menggunakan metode *Importance Performance Analysis* produk Veroza Cake & Bakery.
3. Untuk mengetahui perbandingan kepuasan pelanggan metode *Customer Satisfaction Index* dan metode *Importance Performance Analysis* serta atribut apa saja untuk dapat meningkatkan kepuasan pelanggan produk Veroza Cake & Bakery.

1.4 Kegunaan Penelitian

Peneliti berharap agar penelitian ini dapat berguna bagi seluruh pembaca yang ingin melakukan penelitian selanjutnya dan untuk praktisi atau peluang bisnis yang lain. Penulis berharap ini dapat menjadikan sumber penelitian baik secara teoritis maupun praktis sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai kepuasan pelanggan yang diukur dengan metode *Customer Satisfaction Index* dan *Importance Performance Analysis* untuk meningkatkan kualitas layanan dari Veroza Cake & Bakery demi tercapainya kepuasan pelanggan yang dapat digunakan sebagai bahan

evaluasi untuk menerapkan strategi dalam usaha untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

2. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan sebagai implementasi ilmu dimana penulis dapatkan saat belajar di D3 Manajemen Pemasaran, serta penyusunan laporan tugas akhir ini merupakan salah satu wujud Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Ahli Madya Pada Program Studi D3 Manajemen Pemasaran.

3. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu atau pengetahuan kepada pembaca dalam bidang pemasaran dan pedoman bagi peneliti selanjutnya, sehingga bisa dijadikan perbandingan di masa yang akan datang.

1.5 Batasan Penelitian

Pembatasan masalah dilakukan agar penelitian yang dilakukan menjadi focus pada tujuan penelitian, maka penulis membatasi sesuai dengan perumusan masalah sebagai berikut:

1. Objek penelitian ini adalah Veroza Cake & Bakery.
2. Penelitian ini hanya membahas kepuasan pelanggan pada pelanggan Veroza Cake & Bakery.
3. Analisis dibatasi dengan menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* dan *Importance Performance Analysis*.
4. Penelitian ini menggunakan responden yaitu pada pelanggan Veroza Cake & Bakery.
5. Penelitian ini dilakukan pada bulan April s/d Juli 2023.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk dapat mempermudah dalam memahami dan menelusuri isi dari penulisan penelitian ini, maka sistematika dibuat untuk memberikan gambaran umum tentang penelitian ini yang lebih jelas dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada Bab I ini menjelaskan tentang gambaran umum objek penelitian, latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, batasan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN

Pada Bab II ini akan di bahas mengenai tinjauan pustaka penelitian dan lingkup penelitian,

penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada Bab III ini akan di bahas mengenai metode penelitian yang di gunakan, jenis penelitian, variabel operasional, informan penelitian, tahapan penelitian, dan teknik pengumpulan data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan dibahas mengenai kesesuaian antara teori terhadap aktivitas observasi yang dilakukan serta pembahasan hasil observasi sehingga dapat mencapai tujuan yaitu menjawab permasalahan-permasalahan yang diangkat.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada Bab terakhir dipaparkan kesimpulan hasil observasi yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, serta saran-saran yang ingin disampaikan terhadap perusahaan yang dijadikan objek observasi