

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi dalam perkembangan zaman milenial saat ini yaitu, semakin tingginya pertumbuhan jumlah perusahaan. Sehingga nampak persaingan bisnis yang semakin ketat. Perusahaan yang baik adalah perusahaan yang berfokus pada upaya menjalin hubungan jangka panjang dengan pelanggan (Tjiptono, 2019). Maksudnya yaitu selalu memberi kualitas pelayanan yang baik kepada pelanggan sehingga pelanggan tertarik untuk membeli ulang dan pelanggan akan loyal kepada perusahaan tersebut.

Apabila pelanggan merasakan puas atas kualitas produk dan akrab dengan merek produk tersebut. Akan tetapi, apabila kualitas pelayanan perusahaannya tidak bagus, maka pelanggan akan beralih ke pesaing yang memiliki kualitas pelayanannya yang memuaskan. Dan apabila jika pelayanan suatu perusahaan memuaskan. Maka dipastikan mereka akan kembali melakukan pembelian ulang dan mengabarkan calon pembeli lain dari mulut ke mulut bahwa pelayanan dalam pembelian produk tersebut memuaskan dan itu akan menguntungkan untuk keberlangsungan perusahaan.

Pada saat ini bisnis dalam penjualan produk herbal semakin meningkat. Karena sejak maret 2020 lalu, *World Health Organization* (WHO) telah menetapkan COVID-19 sebagai

pandemi. Sehingga saat ini menyebabkan banyak masyarakat yang berminat buat membeli produk herbal yang dapat meningkatkan daya tahan tubuh dan meningkat pula bisnis yang menjual produk – produk herbal. Vitamin, suplemen, dan madu adalah produk yang banyak dicari saat ini. Alasan utama dalam mendorong pembelian produk herbal yaitu bahan baku alami dan kecil kemungkinannya ada efek samping.

Di Indonesia telah banyak perusahaan yang menjual produk herbal yang sudah aman untuk dikonsumsi dan telah memiliki perizinan edar BPOM. Salah satunya produk herbal yang hingga saat ini sedang berkembang pesat dan banyak diminati oleh orang dari waktu ke waktu adalah produk herbal dari PT. Herba Penawar Alwahida (HPAI). Khasiat produk HNI HPAI sudah banyak dibuktikan oleh konsumen bahwa produknya berkualitas. HNI HPAI tidak menjual produk kesehatan saja, akan tetapi juga menjual produk kosmetik dan perawatan rumah tangga yang berbahan dasar herbal. Agen stok HNI HPAI hampir telah tersebar diseluruh wilayah Indonesia melalui rangkaian jalur distribusi yang secara berurutan yakni *Business Center (BC)*, *Agency Center (AC)*, *Distribution Center (DC)*, *Stockist Center (SC)* (Noor, 2020).

Di Kota Palembang beberapa *Business Center* HPAI dan agen stok dalam pendistribusian produknya sudah hampir banyak tersebar. Sehingga timbulnya persaingan antara agen stock lainnya. Sehingga untuk selalu dapat mempertahankan pelanggan dan tetap

loyal kepada perusahaan maka perusahaan harus selalu memperbaiki, memperhatikan dan meningkatkan kualitas pelayanannya supaya pelanggan merasa puas dan terus melakukan pembelian ulang di perusahaan tersebut. Salah satu agen stok atau kantor cabang penjualan produk HNI HPAI di Palembang adalah BC HPAI 2 Palembang yang terletak di jalan Perumahan Rakyat, No. 124, Komplek Taman Sembayu, Sei Buah, Ilir Timur II, Kota Palembang, Provinsi Sumatera Selatan. Pada saat survey awal, peneliti mendapatkan data jumlah pelanggan dalam lima bulan terakhir. Berikut jumlah pelanggan dari bulan maret – juli 2022 :

Tabel 1.1
Jumlah Pelanggan di BC HPAI 2 Palembang
Bulan Januari – Agustus 2022

No.	Bulan	Jumlah Pelanggan (Orang)
1.	Maret	477
2.	April	424
3.	Mei	372
4.	Juni	441
5.	Juli	392
Jumlah		2106

Sumber : BC HPAI 2 Palembang

Berdasarkan data pada tabel 1.1 diatas diketahui bahwa jumlah pelanggan terbanyak yaitu di bulan maret. Kemudian pada bulan selanjutnya terus terjadi naik turun. Yang dimana itu akan berpengaruh pada laba perusahaan. Maka untuk selalu meningkatkan jumlah pelanggan dan pelanggan akan setia pada perusahaan adalah dengan selalu memuaskan keinginannya melalui pelayanan yang baik.

BC HPAI 2 Palembang harus memiliki strategi untuk

keberlangsungan perusahaannya yaitu dengan selalu meningkatkan kualitas pelayanannya . Untuk mengetahui seberapa puas pelanggan pada kualitas pelayanan BC HPAI 2 Palembang adalah dengan mengukur kepuasan pelanggan dengan membagikan berdasarkan dimensi *servqual* sehingga nantinya dapat mengetahui bagaimana kenyataan dan harapan pelanggan pada pelayanan BC HPAI 2 Palembang apakah sudah sesuai yang diharapkan pelanggan. Kemudian mengukur tingkat kesesuaian dan kepentingan menggunakan metode *Importance Performance Analysis*. Maka dari itu peneliti tertarik untuk melakukan sebuah penelitian dengan judul **“Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode *Importance Performance Analysis* di BC HPAI 2 Palembang”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka dapat dibuat rumusan masalah adalah bagaimana pengukuran tingkat kepuasan pelanggan di BC HPAI 2 Palembang dengan menggunakan metode IPA ?

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian ini terarah, terfokus dan menghindari pembahasan menjadi terlalu luas maka penulis membatasinya, Adapun Batasan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian dilakukan di BC HPAI 2 Palembang .
2. Menggunakan 5 dimensi kualitas layanan sebagai bahan kuesioner yaitu keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik.
3. Hanya untuk mengetahui hasil sudah seberapa puas pelanggan pada pelayanan BC HPAI 2 Palembang.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui tingkat kepuasan dan kepentingan yang dirasakan pelanggan pada pelayanan BC HPAI 2 Palembang menggunakan dimensi servqual dan mengetahui tingkat kesenjangan antara kenyataan dan harapan yang dirasakan pelanggan pada pelayanan BC HPAI 2 Palembang .
2. Untuk mengetahui tingkat kesesuaian kepuasan pelanggan

dengan rumus *importance performance analysis* dan mengetahui kinerja kepentingan dan atribut mana yang harus diprioritaskan dalam memuaskan pelanggan melalui kuadran dalam diagram kartesius.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Penulis

Penelitian ini sebagai pemahaman ilmu yang didapat dan untuk memahami pandangan kenyataan dan harapan kepuasan pelanggan serta mengetahui atribut mana yang harus diprioritaskan dan dipentingkan untuk memuaskan pelanggan menggunakan metode *importance performance analysis*.

2. Bagi Pembaca

Sebagai acuan penelitian yang akan datang, kemudian bisa menambah pengetahuan untuk meneliti permasalahan dengan bisa memberikan acuan terkait pemecahan masalah yang sedang dihadapi sekaligus menambah wawasan.

3. Bagi Universitas Bina Darma

Dapat dijadikan referensi penulisan karya tulis ilmiah dimasa yang akan datang khususnya bagi fakultas teknik prodi teknik industri.

4. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan masukan dan memberikan perhatian dalam hal

kualitas pelayanan sehingga dapat mengetahui tingkat kepuasan pelanggannya.

