

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini industri yang bergerak di bidang pakan ikan semakin berkembang dan memiliki banyak peminat. Dengan banyaknya peminat tersebut, membuat pemilik usaha pakan ikan harus mempertahankan kualitas produknya, agar dapat menciptakan kepuasan pelanggan. Pengukuran kepuasan pelanggan dapat dilakukan dengan mengukur indeks kepuasan masing-masing atribut menggunakan metode Kano dan IPA (Wahyuniardi & Algaza, 2019). Selanjutnya pada penelitian Dewi, dkk (2019) menggunakan metode IPA dan Kano diperoleh sebagian besar atribut yang perlu mendapatkan perhatian untuk ditingkatkan kinerjanya.

Salah satu usaha yang bergerak pada produksi dan penjualan pakan ikan adalah CV. Mega Mulia Sejahtera yang berada di Jl. Kampung. Lalang, Pasar Ambacang, Kecamatan Kuranji, Kota Padang, Sumatera Barat. CV. Mega Mulia Sejahtera memiliki pelanggan yang sangat banyak. Pelanggan tersebut berasal dari berbagai daerah di Sumatera Barat.



Gambar 1.1 CV. Mega Mulia Sejahtera

Berdasarkan observasi dan pengamatan langsung terhadap CV. Mega Mulia Sejahtera selaku objek penelitian. Peneliti menemukan bahwa terdapat beberapa

pelanggan yang merasa harga pakan ikan di CV tersebut belum mampu mengimbangi harga pakan *online*. Selain itu, ada pelanggan yang menginginkan pembelian pakan ikan secara *online*, sehingga tidak perlu datang ke lokasi secara langsung. Serta berbagai keluhan lainnya yang disampaikan oleh pelanggan. Dapat diketahui bahwa harga pakan ikan lele tipe 781-1 yang dijual pada *marketplace* adalah Rp. 200.000. Selanjutnya harga pakan ikan lele di CV. Mega Mulia Sejahtera untuk produk yang sama yaitu pakan ikan lele tipe 781-1 satu karung dengan berat 30 Kg adalah Rp. 382.500. Untuk lebih lengkapnya bukti perbandingan harga dapat dilihat pada lampiran 4. Dapat diketahui bahwa terdapat perbedaan yang signifikan harga pakan ikan lele yang di jual pada *marketplace* dengan yang dijual secara offline di CV. Mega Mulia Sejahtera. Masalah selanjutnya yaitu penjualan pada CV. Mega Mulia Sejahtera mengalami penurunan pada tahun 2022, hal ini dikarenakan semakin menjamurnya bisnis yang bergerak di bidang yang sama. Sehingga CV. Mega Mulia Sejahtera perlu melakukan pembaharuan strategi pemasaran produk maupun cara pemesanan produk. Sehingga dapat mengimbangi pesaingnya. Berikut ini data 5 tahun terakhir yang dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 1.1 Data Penjualan 5 Tahun Terakhir

No	Tahun	Total Penjualan (Kg)
1	2018	9200
2	2019	9350
3	2020	9250
4	2021	9100
5	2022	8050

(Sumber: CV. Mega Mulia Sejahtera)

Dengan beragamnya strategi marketing yang dilaksanakan oleh pesaing bisnis pada sector yang sama, maka dibutuhkan kegigihan dan kesungguhan dalam mengejar ketertinggalan. Selanjutnya peneliti juga menyebarkan kuisioner kepada para konsumen berkaitan dengan kepuasan pelanggan dan bauran pemasaran. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 1.2 Hasil Kuesioner yang Diisi Responden

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
1	CV. Mega Mulia Sejahtera menawarkan berbagai macam produk pakan ikan		7	3		
2	CV. Mega Mulia Sejahtera menawarkan harga yang sesuai dengan kualitas		2	8		
3	CV. Mega Mulia Sejahtera memiliki tempat yang mudah diakses		4	6		
4	CV. Mega Mulia Sejahtera menawarkan promosi hadiah untuk pembelian paket pakan ikan tertentu yang disediakan		5	5		
5	Sikap dan pelayanan CV. Mega Mulia Sejahtera terhadap konsumen ramah dan baik		7	3		
6	Karyawan CV. Mega Mulia Sejahtera cepat tanggap dalam menghadapi keluhan pelanggan		4	6		
7	Tampilan CV. Mega Mulia Sejahtera menarik minat yang berkunjung		5	5		

(Sumber: CV. Mega Mulia Sejahtera)

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa mayoritas responden yang berjumlah 10 orang berpendapat bahwa harga yang ditawarkan oleh CV. Mega Mulia Sejahtera tidak sesuai dengan kualitas, lokasi toko yang kurang mudah diakses, karyawan yang kurang cepat tanggap terhadap keluhan pelanggan dan CV tersebut belum mampu memenuhi harapan konsumen terkait toko pakan ikan.

Penelitian ini relevan dengan penelitian yang dilaksanakan oleh Sulaiman, F. (2022). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Model Kano dan Integrasi dengan QFD ini nantinya diadopsi oleh para dinas pariwisata kota Medan untuk diterapkan di seluruh pelaku usaha perhotelan dan restaurant agar mampu meningkatkan kembali jumlah kunjungan wisatawan dan mampu meningkatkan pendapatan daerah dan tentunya membantu pemerintah dalam upaya program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN). Selanjutnya penelitian yang dilaksanakan Wahyuniardi, R., Syaifulbachri, A., & Algaza, R. (2019). Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan hasil penelitian, dihasilkan beberapa atribut bauran pemasaran L'societe yang perlu diperbaiki. Selanjutnya penelitian yang dilaksanakan oleh

Stighfarrinata, R. (2022) dan Dewi, S.K. (2019). Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada terdapat banyak atribut kepuasan konsumen dan bauran pemasaran yang perlu diperbaiki.

Penelitian selanjutnya dilaksanakan oleh Saprisul & Ganda (2022) dan Wahyudin, Suryanty, M., & Badrudin, R. (2019). Berdasarkan hasil penelitian diperoleh hasil bahwa terdapat berbagai atribut yang perlu diperbaiki dan selebihnya masih bisa dipertahankan. Selanjutnya penelitian yang dilaksanakan Prasetyo, S., & Mukti, Y.Y. (2019). Hasil penelitian menunjukkan bahwa usulan yang dirancang ditujukan agar kafe mampu meningkatkan kualitas pelayanan sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan serta jumlah pelanggan kafe Ngoffee.id. Penelitian relevan berikutnya dilaksanakan oleh Pradana, F.I.H., & Rochmoeljati, R. (2021). Hasil penelitian menunjukkan bahwa usulan Perbaikan memvariasi tugas, mengganti tugas lks dengan makalah baik individu atau kelompok, presentasi dalam bentuk ppt dan pemberian tugas terukur selesai dikerjakan maksimal tidak boleh lebih 45 menit, tidak memberikan tugas secara bersamaan dengan mata pelajaran lainnya.

Selanjutnya penelitian yang dilaksanakan oleh Buggy, R., Koesdijarto, R., & Hermawan, S. (2020). Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada keputusan penggunaan jasa pesan antar makanan *online* dipengaruhi secara signifikan oleh *e-marketing mix* dengan faktor *e-place* sebagai faktor yang paling dominan, sedangkan dari semua faktor tersebut diketahui bahwa faktor *e-product* tidak berpengaruh signifikan pada keputusan pengguna jasa pesan antar makanan *online* di Sidoarjo. Selanjutnya penelitian yang dilaksanakan oleh Singgih, Santoso, A., & Hartono, M. (2019) dan Dewi, S.K., & Nugraha, A. (2020). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa atribut IPA yang sudah diperbaiki dapat menghasilkan kepuasan pelanggan yang lebih optimal. Penelitian berikutnya dilaksanakan oleh Li, S., & Xiao, Q. (2020). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kami mencoba mengintegrasikan model Kano dan IPA untuk melakukan studi tentang masalah klasifikasi dan strategi perbaikan untuk fitur desain MTGA. Secara khusus, kami mengidentifikasi fitur desain MTGA terlebih dahulu, mengusulkan metode untuk mengklasifikasikannya, dan menentukan prioritas pengembangan dan

peningkatannya. Penelitian relevan selanjutnya dilaksanakan oleh Pratiwi, A.A., & Silfianti, W. (2019). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Berdasarkan tiga belas atribut yang dianalisis dengan model IPA-Kano, diperoleh hasil bahwa atribut dapat dikategorikan berdasarkan kualitas atribut yang berbeda-beda. Selanjutnya penelitian yang dilaksanakan oleh Hu, K.C., & Salim, V. (2023). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Berdasarkan hasil FMEA, keselamatan naik dan turun bus, kebersihan kendaraan, dan ketepatan waktu bus sesuai jadwal merupakan tiga atribut teratas yang memiliki risiko kualitas pelayanan tinggi dan menjadi prioritas perbaikan.

Selanjutnya penelitian yang dilaksanakan oleh Lippit, dkk (2023). Hasil penelitian menunjukkan bahwa analisis ini mengungkapkan empat kategori, yaitu ‘berkonsentrasi di sini’, ‘pertahankan kerja yang baik’, ‘prioritas rendah’, dan ‘kemungkinan pembunuhan berlebihan’, yang menunjukkan pentingnya dan kepuasan dari empat belas SQA. Temuan menunjukkan bahwa alokasi sumber daya hanya memadai pada lima dari empat belas atribut. Kemudian penelitian yang dilaksanakan oleh Chen (2020). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Hal ini tidak hanya dihindari tanpa mempertimbangkan kelemahan atribut layanan yang bersifat dua dimensi ketika menerapkan IPA untuk menganalisis semata, dan menghindari tanpa mempertimbangkan kelemahan pentingnya faktor layanan ketika menerapkan model Kano untuk menganalisis semata. Selanjutnya penelitian yang dilaksanakan oleh Xi, dkk (2020). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Hasilnya menunjukkan bahwa faktor-faktor menarik yang diurutkan melalui model fuzzy Kano terintegrasi – analisis kepentingan-kinerja fuzzy telah mendekonstruksi faktor abstrak dan faktor fitur robot layanan pelanggan.

Penelitian relevan selanjutnya dilaksanakan oleh Chen, dkk (2019). Hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil analisis menunjukkan bahwa memberikan penawaran terbatas (karena periode, musim, dan wilayah) harus menjadi prioritas utama dalam daftar perbaikan mereka, diikuti dengan saran staf untuk bahan-bahan, dan tampilan suhu untuk meningkatkan citra bahan-bahan segar. Selanjutnya penelitian yang dilaksanakan oleh Lin, dkk (2020). Hasil penelitian menunjukkan bahwa oleh karena itu, produk baru yang sedang dikembangkan dapat dinilai

berdasarkan fitur-fiturnya untuk membantu dalam membuat keputusan yang tepat selama pengembangan produk. Sebuah kasus nyata disajikan untuk menunjukkan bagaimana pendekatan yang diusulkan digunakan untuk membandingkan produk yang baru dikembangkan dengan dua produk dari merek berbeda di pasar. Selanjutnya penelitian yang dilaksanakan oleh Tang, dkk (2021). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Hasilnya menunjukkan bahwa tingkat perhatian dan kepuasan pada item perbaikan prioritas ketika terjadi kegagalan layanan bervariasi antara pendapat karyawan internal dan pelanggan yang berbeda. Para peserta bersama-sama percaya bahwa item yang perlu diperbaiki adalah “Barang masuk yang rusak” dan “Kekurangan jumlah barang yang dikirim”.

Berdasarkan beberapa penelitian relevan tersebut, dapat disimpulkan bahwa metode relevan berhasil membuktikan keefektifan metode IPA dan Kano dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Kelebihan metode IPA yaitu mampu memetakan hubungan antara kepentingan dengan kinerja dari masing-masing atribut yang ditawarkan dan kesenjangan antara kinerja dengan harapan dari atribut-atribut tersebut. Selanjutnya kelebihan metode KANO yaitu mampu mengkatagorikan atribut-atribut produk dalam perusahaan atau jasa, dan untuk mengukur seberapa baik produk atau jasa mampu memuaskan pelanggannya.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka identifikasi masalahnya yaitu:

1. Terdapat perbedaan harga pakan ikan yang signifikan antara yang dijual pada *marketplace* dengan yang dijual secara *offline* di CV. Mega Mulia Sejahtera
2. CV. Mega Mulia Sejahtera mengalami fluktuasi penjualan pada tahun 2022.
3. CV. Mega Mulia Sejahtera menawarkan harga yang kurang sesuai dengan kualitas
4. Karyawan CV. Mega Mulia Sejahtera tidak cepat tanggap dalam menghadapi keluhan pelanggan
5. Tampilan CV. Mega Mulia Sejahtera kurang menarik minat yang berkunjung.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dikemukakan di atas, agar penelitian yang didapatkan lebih maksimal maka penelitian ini difokuskan kepada masalah sebagai berikut:

1. Masalah yang teliti berkaitan dengan penurunan penjualan, harga yang kurang sesuai dengan kualitas, karyawan yang tidak cepat tanggap dan tampilan CV yang kurang menarik bagi yang berkunjung.
2. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode IPA dan Kano.
3. Lokasi penelitian berada di CV. Mega Mulia Sejahtera.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah, maka yang menjadi rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana analisis kepuasan pelanggan terhadap bauran pemasaran menggunakan integrasi *Importance Performance Analysis* (kinerja dan kepentingan) di CV. Mega Mulia Sejahtera?
2. Bagaimana analisis kepuasan pelanggan terhadap bauran pemasaran menggunakan Model *Kano* (*functional* dan *dysfunctional*) di CV. Mega Mulia Sejahtera?
3. Bagaimana usulan perbaikan kepuasan pelanggan di CV. Mega Mulia Sejahtera?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan, maka yang menjadi tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menentukan hasil analisis kepuasan pelanggan terhadap bauran pemasaran menggunakan integrasi *Importance Performance Analysis* (kinerja dan kepentingan) di CV. Mega Mulia Sejahtera.
2. Untuk menentukan hasil analisis kepuasan pelanggan terhadap bauran pemasaran menggunakan Model *Kano* (*functional* dan *dysfunctional*) di CV. Mega Mulia Sejahtera.

3. Untuk mengetahui usulan perbaikan kepuasan pelanggan di CV. Mega Mulia Sejahtera.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diberikan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi CV terkait, hasil penelitian ini berkontribusi untuk memberikan pandangan/acuan terkait kepuasan pelanggan dan bauran pemasaran
2. Bagi pembaca, hasil penelitian ini berkontribusi sebagai penelitian relevan yang dapat dijadikan pedoman dalam menghasilkan sebuah karya ilmiah.
3. Bagi peneliti, hasil penelitian bermanfaat untuk memperdalam kemampuan menulis karya ilmiah yang dimiliki.
4. Bagi ilmu pengetahuan, hasil penelitian ini dapat menyumbangkan karya ilmiah pada khasanah penelitian teknik industri dan memperkaya ilmu pengetahuan terkait analisis kepuasan pelanggan.

1.7 Sistematika Penulisan

Tugas Akhir ini terdiri dari lima bab, dimana masing-masing bab saling berhubungan satu dengan yang lainnya. Adapun sistematika penulisan tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan berbagai hal mengenai latar belakang, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisikan teori-teori subbab dan penelitian terdahulu.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini berisikan jenis penelitian, waktu dan tempat penelitian, data dan sumber data, teknik pengolahan data dan bagan alir metodologi penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisikan pengumpulan data, pengolahan data dan analisis data. Pada bab ini dilaksanakan analisis terhadap data-data yang telah dikumpulkan sesuai dengan metode yang telah dipilih.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran. Bab ini bertujuan untuk menyampaikan kesimpulan-kesimpulan yang diperoleh dari pembahasan bab-bab sebelumnya serta memberikan saran-saran perbaikan.