

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era globalisasi dan persaingan bisnis yang semakin ketat, perusahaan di berbagai sektor industri dihadapkan pada tantangan yang kompleks dalam mempertahankan dan meningkatkan *market share* (pangsa pasar) mereka. Di tengah dinamika pasar yang terus berubah, kepuasan pelanggan menjadi salah satu faktor kunci yang menentukan keberhasilan sebuah perusahaan. Perusahaan yang mampu memahami dengan baik kebutuhan, preferensi, dan harapan pelanggan mereka, serta memberikan layanan yang memuaskan, akan memiliki keunggulan kompetitif yang signifikan. Industri makanan laut merupakan salah satu sektor yang terus berkembang.

UD. Peci Tgk Wasly merupakan sebuah perusahaan produksi peci khas Aceh yang berlokasi di Teupin punti, Kec. Syamtalira Aron, Kabupaten Aceh Utara. UD ini didirikan pada tahun 2016 oleh bapak Wasly, sebagai salah satu pelaku usaha dalam bidang industri tentunya kerap menghadapi masalah namun hal inilah yang menjadi tantangan pelaku usaha agar dapat bersaing dengan para kompetitor. Bisnis ini khusus dalam memproduksi peci dengan beragam motif dan bentuk yang unik guna menarik minat pelanggan untuk membeli. Saat ini peci tidak hanya sekedar digunakan sebagai penutup kepala namun, perkembangan tren peci sekarang kian meluas sehingga sudah menjadi *fashion* bagi beberapa kalangan.

Perusahaan UD Peci Tgk Wasly memiliki 10 karyawan yang ditempatkan dari berbagai bidang dalam produksinya seperti pada proses produksi dan juga *packing* atau pengiriman. Dalam sehari perusahaan dapat memproduksi 250 pcs peci dan dari banyak nya pesanan yang diterima tidak luput dari keluhan konsumen akan pelayanan yang diberikan perusahaan UD Peci Tgk Wasly seperti pesanan yang diproses lama, pesanan yang diterima tidak sesuai, dan respon karyawan yang kurang nyaman saat konsumen secara langsung mendatangi lokasi produksi.

Berdasarkan data internal perusahaan (misalnya data penjualan tahun 2020–2024), penjualan peci mengalami peningkatan pada awal pandemi COVID-19, terutama karena tingginya permintaan menjelang bulan Ramadan dan Idul Fitri. Namun, setelah pandemi mereda, terjadi fluktuasi penjualan yang signifikan.

Beberapa faktor yang memengaruhi tren ini antara lain munculnya pesaing baru, perubahan preferensi konsumen terhadap model dan bahan peci, serta meningkatnya peran media sosial dalam mempengaruhi keputusan pembelian.

Pada tahun 2020 jumlah peci yang terjual sebanyak 5.200 unit dan adanya peningkatan saat awal pandemi, kemudian pada tahun 2021 jumlah peci yang terjual 6.500 unit, adanya peningkatan pada saat ramadhan karena khusus nya di aceh peci adalah suatu tradisi pada saat ramadhan, di tahun 2022 jumlah peci yang terjual sebanyak 5.800 unit karena adanya persaingan lokal yang muncul, di tahun 2023 jumlah peci yang terjual sebanyak 5.300 unit di tahun ini jumlah peci yang terjual sangatlah menurun dari pada tahun sebelumnya karena adanya perubahan pada selera dan model pada peci. Pada tahun 2024 jumlah peci yang terjual sebanyak 5.600 unit penjualan pada tahun ini penjualan peci sudah mulai stabil kembali.

Penurunan penjualan pada tahun 2022 dan 2023 menjadi perhatian manajemen, yang menduga adanya penurunan kepuasan pelanggan akibat kurangnya inovasi produk dan pelayanan. Hal ini menjadi dasar penting untuk melakukan analisis kepuasan pelanggan secara mendalam. Dengan memahami atribut-atribut yang paling memengaruhi persepsi dan kepuasan pelanggan, UD Peci Tgk Wasly dapat menentukan strategi perbaikan yang tepat guna meningkatkan daya saing di pasar lokal.

Saat melakukan pengamatan awal selama 3 hari ada total 4 Konsumen yang melakukan komplain kepada pelayan atau karyawan UD Peci Tgk Wasly. Untuk itu pihak UD Peci Tgk Wasly perlu memperhatikan terhadap kepuasan pelanggan karena kepuasan pelanggan adalah hal yang paling utama untuk sebuah perusahaan produk lokal. Berdasarkan pengamatan yang telah dilakukan maka disusun penelitian ini yang diharapkan dapat menyelesaikan permasalahan yang ada pada perusahaan UD Peci Tgk Wasly terkhusus pada bidang pelayanan yang diberikan sehingga dapat menaikkan kepuasan pelanggan. Untuk itu perlu dilakukan penulisan penelitian ini untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap perusahaan UD Peci Tgk Wasly. Salah satu pendekatan yang digunakan untuk menganalisis tingkat kepuasan pelanggan adalah melalui metode *Potential Gain in Customer Value* (PGCV) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI). Metode PGCV membantu dalam mengidentifikasi peluang untuk meningkatkan nilai pelanggan dengan menganalisis gap antara kinerja aktual perusahaan dan ekspektasi pelanggan. Sementara itu, CSI memberikan gambaran menyeluruh tentang sejauh mana kebutuhan dan harapan pelanggan telah terpenuhi, serta area-

area di mana perusahaan perlu melakukan perbaikan. Namun, meskipun metode ini telah digunakan secara luas di berbagai industri, penerapannya dalam konteks perusahaan makanan laut, khususnya di Perusahaan produksi peci, masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan pengetahuan ini dengan melakukan analisis tingkat kepuasan pelanggan menggunakan metode PGCV dan CSI di Perusahaan UD Peci Tgk Wasly. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya akan memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang tingkat kepuasan pelanggan di Perusahaan UD Peci Tgk Wasly, tetapi juga akan memberikan wawasan yang berharga bagi manajemen perusahaan dalam merancang strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan kualitas layanan dan memperkuat hubungan dengan pelanggan mereka. Pada dasarnya perusahaan produk lokal seperti peci sangat bergantung pada kepuasan pelanggan, hal ini yang mendorong penulis untuk melakukan penelitian yang berjudul **ANALISIS TINGKAT KEPUASAAN PELANGGAN MENGGUNAKAN METODE *POTENTIAL GAIN IN COSTUMER VALUE* DAN *COSTUMER SATISFACTION INDEX* DI UD PECI TGK WASLY.**

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kepuasan pelanggan terhadap pelayanan di UD Peci Tgk Wasly?
2. Bagaimana melihat perbandingan kepuasan pelanggan terhadap metode *Potential Gain in Customer Value* dan *Customer Satisfaction Index* di UD Peci Tgk Wasly?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penulisan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana kepuasan pelanggan terhadap pelayanan di UD Peci Tgk Wasly.
2. Untuk mengetahui apa saja hal-hal yang perlu diperbaiki dan dilakukan UD Peci Tgk Wasly untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Dapat mempelajari dan mengetahui konsep kepuasan pelanggan menggunakan metode *Potential Gain in Customer Value* dan *Customer Satisfaction Index*.
2. Dapat mengetahui rekomendasi pelayanan untuk meningkatkan kepuasan

pelanggan di UD Peci Tgk Wasly.

3. Sebagai syarat dalam pemenuhan tugas akhir untuk menyelesaikan studi di Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Malikussaleh.

1.5.1 Batasan Masalah Dan Asumsi

1.5.1 Batasan Masalah

Adapun yang menjadi batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya terfokus pada aspek pelayanan UD Peci Tgk Wasly terhadap pelanggan.
2. Penelitian ini hanya sampai pada tahap pemberian rekomendasi pelayanan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan di UD Peci Tgk Wasly.
3. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data hasil dari responden pelanggan UD Peci Tgk Wasly.
4. Penelitian ini hanya terfokus pada aspek pelayanan UD Peci Tgk Wasly terhadap pelanggan.
5. Penelitian ini hanya sampai pada tahap pemberian rekomendasi pelayanan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan di UD Peci Tgk Wasly.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data hasil dari responden pelanggan UD Peci Tgk Wasly.

1.5.2 Asumsi

Adapun asumsi yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Tidak ada data yang diambil itu berubah saat masa penelitian sehingga nantinya tidak mempengaruhi hasil dari penelitian.
2. Pekerja dalam keadaan sehat dan tidak terganggu dalam pengambilan data sehingga data yang diperoleh itu lebih akurat.
3. Proses kerja yang dilakukan petugas tidak mengalami perubahan.
Kondisi lingkungan dianggap baik artinya lingkungan tidak mempengaruhi psikologi petugas dan tidak terpengaruh dalam pengambilan data.
4. Kondisi lingkungan dianggap baik artinya lingkungan tidak mempengaruhi psikologi petugas dan tidak terpengaruh dalam pengambilan data.

