

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Optikal adalah fasilitas pelayanan kesehatan yang menyelenggarakan pelayanan refraksi, pelayanan optisi, dan pelayanan lensa kontak (PERMENKES RI. No. 1 Tahun 2016). Ada dua aktifitas yang dilakukan dalam pengelolaan bisnis Optikal yaitu pertama menjual produk barang seperti lensa, frame dan asesoris lainnya, kedua menjual jasa yaitu pemeriksaan refraksi klinik.

Pengelolaan bisnis optikal agar mampu bersaing dan bertahan secara berkesinambungan (*Competitive advantage*) perlu didukung berbagai sumber daya seperti sumber daya manusia yang professional, peralatan pemeriksaan yang lengkap dan tata ruang optik yang sesuai dengan standar pelayanan.

Kualitas dapat didefinisikan sebagai totalitas dari suatu keistimewaan dan karakteristik dari suatu produk atau jasa yang menunjang kemampuan produk atau jasa tersebut untuk memuaskan dan memenuhi kebutuhan (Kotler, 2006). Kualitas jasa berpusat pada upaya pemenuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen. Ada dua factor utama yang mempengaruhi jasa yaitu *Expected Service* dan *Perceived Service* (Parasunarman, dkk.1994 dalam Nurceyah, 2017). Bila jasa yang diterima atau yang dirasakan (*Perceived Service*) sesuai dengan yang diharapkan (*Expected*

Service), maka kualitas jasa dipersepsikan baik atau memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas yang dipersepsikan sebagai

kualitas yang ideal, dengan demikian, baik tidaknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan konsumennya secara konsisten (Jasfar, 2005 dalam Nurseyah, 2017). Dimensi utama kualitas jasa tersebut adalah kehandalan (*Reliability*), daya tanggap (*Responsiveness*), jaminan (*Assurance*), empati (*Emphaty*) dan bukti fisik (*Tangible*) (Fandi Ciptono, 2000 dalam Nurseyah, 2017

Merujuk pada hasil survey awal , penulis pernah mewawancarai beberapa konsumen Optik Hero, dari hasil wawancara mendapatkan jawaban bahwa ada sebagian konsumen yang menyatakan puas tapi ada sebagian yang menyatakan kurang puas atas pelayanan di Optik Hero Bandung. Oleh karenanya penulis terdorong untuk meneliti Karya Tulis Ilmiah ini dengan judul “GAMBARAN TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN DI OPTIK HERO BANDUNG”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas maka perumusan masalahnya adalah :

“Bagaimana tingkat kepuasan konsumen di Optik Hero Bandung, tahun 2020”

C. Tujuan Penelitian

1. Tujuan Umum

Untuk mengetahui gambaran tingkat kepuasan konsumen di Optik Hero Bandung

- a. Untuk mengetahui gambaran tingkat kepuasan konsumen berdasarkan dimensi tampilan fisik (*Tangible*).

- b. Untuk mengetahui gambaran tingkat kepuasan berdasarkan dimensi keandalan (*Reliability*).
- c. Untuk mengetahui gambaran tingkat kepuasan berdasarkan dimensi cepat tanggap (*Responsiveness*).
- d. Untuk mengetahui gambaran tingkat kepuasan berdasarkan dimensi Jaminan (*Assurance*).
- e. Untuk mengetahui gambaran tingkat kepuasan berdasarkan dimensi empati (*Emphaty*).

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Untuk Institusi Pendidikan

Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk menambah informasi bagi mahasiswa dan para pembaca pada umumnya dan semoga dapat menyumbangkan informasi yang berharga sebagai bahan referensi bagi mahasiswa khususnya dalam lingkup ilmu Manajemen Optik.

2. Manfaat Untuk Optik Hero

Dengan dilakukannya penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan masukan bagi pengelola Optik Hero dalam meningkatkan kualitas pekayanan kepada konsumen.

3. Manfaat Untuk Peneliti

Manfaat bagi peneliti yaitu dapat memberikan pelajaran dan menambah pengetahuan serta pengalaman dalam melakukan peneltian sebagai

Refaksionis Optision serta dapat mengaplikasikan di lapangan dalam pengelolaan bisnis di bidang Optikal.

E. Ruang Lingkup

1. Lingkup Keilmuan

Penelitian ini merupakan penelitian di bidang Manajemen Optik yang menitik beratkan pada kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

2. Lingkup Materi

Materi dalam penelitian ini dibatasi pada lingkup gambaran tingkat kepuasan konsumen

3. Lingkup Metode

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif, dengan teknik pengumpulan data menggunakan instrument kuesioner.

4. Lingkup Waktu dan Lokasi

- a. Penelitian ini dilakukan pada bulan Februari sampai dengan bulan April 2020

Tempat penelitian adalah Optik Hero Jl. Oto Iskandar Dinata No.263 Bandung