

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Persaingan bisnis dan usaha pada era digitalisasi 4.0 dewasa ini semakin pesat. Dunia bisnis yang kompetitif menuntut pelaku usaha untuk mempunyai keunggulan dan kreatifitas agar mampu bertahan dan bersaing dengan pesaing usaha yang lain. Upaya yang dapat dilakukan adalah dengan meningkatkan kualitas produk serta kualitas pelayanan. ([Susanti *et al.*, 2017](#))

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya saing. Harapan dari pelanggan setiap saat selalu berubah sehingga kualitas pelayanan yang diberikan juga harus disesuaikan. Pelanggan akan menilai pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan dengan membandingkan dari perusahaan satu dengan perusahaan lain yang sejenis, juga dengan membandingkan pelayanan yang diterima dengan pelayanan yang diharapkannya. ([Samsudin, 2020](#))

Kualitas pelayanan adalah suatu kondisi yang berhubungan dengan seberapa jauh pihak penyedia jasa dapat memberikan bentuk pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan. Dengan memberikan pelayanan yang baik kepada seluruh pelanggan akan sangat berpengaruh besar terhadap penjualan dan pembelian. Oleh karena itu setiap perusahaan

harus memikirkan pentingnya pelayanan kepada pelanggan secara lebih matang.

Perusahaan yang berpusat pada pelayanan berusaha memberikan kepuasan terhadap pelanggan, salah satu cara perusahaan meningkatkan kepuasan pelanggan yaitu dengan cara menurunkan harganya atau meningkatkan pelayanannya, tetapi hal itu dapat mengakibatkan laba perusahaan menurun. Perusahaan akan bertindak bijaksana dengan mengukur kepuasan pelanggan secara teratur, karena salah satu kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah kepuasan pelanggan. ([Samsudin, 2020](#))

Perusahaan perlu memonitor dan meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan tersebut. Beberapa perusahaan berpikir bahwa cara memperhatikan kepuasan pelanggan adalah dengan mencatat keluhan, tetapi sebagian pelanggan merasa bahwa menyampaikan keluhan tidak sebanding dengan usahanya, atau mereka tidak tahu bagaimana atau kepada siapa mereka harus menyampaikan keluhan itu, dan mereka berhenti membeli.

Masih tingginya tingkat keengganan pelanggan untuk menyampaikan keluhan ini bisa disebabkan adanya kecenderungan enggan bertatap muka secara langsung dengan pihak perusahaan, kurangnya pengetahuan dan pengalaman pelanggan dalam menyampaikan keluhan, kesulitan dalam mendapatkan ganti rugi, nilai produk atau jasa yang dibeli

relatif kecil dan rendahnya peluang keberhasilan dalam melakukan keluhan.

Pelanggan yang menyampaikan keluhan pada perusahaan dan keluhan mereka didengarkan oleh pihak perusahaan akan menceritakan perlakuan baik yang mereka terima tersebut kepada rata-rata 5 orang. Tetapi, pelanggan yang tidak puas rata-rata menggerutu kepada 11 orang, Jika masing-masing orang tersebut masih memberitahu orang lain lagi, jumlah orang yang mendapatkan berita buruk itu akan berlipat ganda. ([Samsudin, 2020](#))

Strategi yang bijaksana dalam menghadapi situasi ini adalah dengan tidak panik, tidak buru-buru menanggapi, tidak menyepelekan, memposisikan sebagai pendengar yang baik, serta segera mengambil tindakan yang benar dengan melakukan koordinasi terhadap pihak-pihak terkait.

Adapun mengenai kepuasan pelanggan bergantung dengan bagaimana perusahaan tersebut memberikan pelayanan. Pelayanan menurut bahasa adalah perbuatan, yaitu perbuatan untuk menyediakan segala yang diperlukan orang lain atau pelanggan. ([Samsudin, 2020](#))

Salah satu tindakan untuk memberikan kepuasan pelanggan adalah dengan cara memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan. Kualitas layanan yang baik akan berdampak bagus terhadap perusahaan.

Dikemukakan bahwa kualitas pelayanan adalah senjata ampuh dalam keunggulan perusahaan dan kualitas pelayanan dapat menimbulkan

seseorang loyal terhadap perusahaan, baik itu perusahaan barang, jasa atau pun bidang kesehatan. ([Samsudin, 2020](#))

Mata merupakan organ yang sangat penting bagi manusia. Sebagian besar informasi yang kita dapat sehari-hari masuk melalui mata atau indera penglihatan. Seseorang yang memiliki kelainan medis dengan organ mata biasanya akan berobat ke dokter mata untuk dilakukan pemeriksaan sedangkan jika seseorang mengalami kelainan refraksi seperti buram saat melihat benda jauh maupun dekat akan berkunjung ke toko kacamata atau lebih dikenal dengan sebutan optik.

Optik atau optikal merupakan sarana yang menyelenggarakan pelayanan pemeriksaan mata, pemeriksaan refraksi serta pelayanan kacamata koreksi dan atau lensa kontak. Saat ini jumlah optik di Indonesia yang tercatat memiliki ijin berjumlah lebih dari 4.000 optik dimana pelayanannya lebih bersifat transaksional saja.

Padahal sesuai Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia No. 19 Tahun 2003 pasal 14, tahapan-tahapan yang dilakukan di dalam sebuah optik sebagai berikut:

1. Persiapan pelayanan refraksi
2. Pemeriksaan anamnesa dan pendahuluan
3. Pemeriksaan mata dasar
4. Pemeriksaan refraksi objektif dan subjektif monokuler
5. Pemeriksaan penglihatan binokuler
6. Penetapan kelainan mata yang perlu dirujuk

7. Penyuluhan/ bimbingan pemeliharaan penglihatan (vision care)
8. Penetapan ukuran lensa dan atau jenis terapi penglihatan yang diperlukan untuk mencapai penglihatan binokuler yang single, jelas dan nyaman serta memenuhi kebutuhan visual pasien
9. Evaluasi pelayanan refraksi
10. Pencatatan pelayanan refraksi, dan
11. Memimpin satuan kerja unit refraksi

Mengacu kepada peraturan tersebut, Sofyan Optik sejak tahun 2019 mulai membenahi diri dan melakukan perbaikan dari sisi layanan pemeriksaan agar sesuai dengan peraturan pemerintah. Selain itu proses perbaikan pun dilakukan dari sisi peningkatan kualitas sumber daya manusia baik softskill maupun hardskill, perbaikan dari sisi kualitas produk yang dijual guna menjadi solusi yang tepat bagi pelanggan, serta perbaikan dalam sistem pelayanan guna memberikan kesan lebih yang tidak diberikan optik lain.

Untuk menilai layak dan tidaknya perbaikan yang telah dilakukan perlu diadakan evaluasi lebih lanjut. Oleh karena itu permasalahan yang dihadapi pada penelitian ini adalah bagaimana melakukan penilaian atau evaluasi terhadap pelayanan yang telah diberikan kepada pelanggan. Kepuasan merupakan tingkat perasaan setelah membandingkan kinerja yang dirasakan dengan harapannya. Maka suatu perusahaan harus memperhatikan hal-hal yang dianggap penting oleh pelanggan agar harapan mereka terpenuhi. ([Philip Kotler, 1997,36](#))

Di bulan Februari-Maret 2022, peneliti pernah melakukan penelitian pendahuluan melalui survey secara random terhadap pelanggan Optik Sofyan terkait dengan kepuasan pelayanan dengan metode interview langsung kepada pasien / pelanggan. Dari hasil tersebut didapatkan bahwa dari 35 responden, ada 4 responden yang menyatakan kurang puas karena pilihan sunglasses-nya tidak banyak dan tidak adanya *Air Conditioner*. Berdasarkan data tersebut bahwa masih terdapat pelanggan yang merasa tidak puas.

Kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan pelanggan diantaranya seperti keakuratan dalam pemeriksaan, kesesuaian spesifikasi produk dan lama proses pengerjaan yang diberikan sesuai pesanan serta pelayanan yang ramah dari setiap personil. Dengan kualitas yang prima maka, maka tingkat kepuasan pelanggan akan bertambah dan tingkat penjualan barang pun akan meningkat.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka judul yang dipilih untuk penelitian ini adalah “Gambaran Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan di Optik Sofyan”.

B. Identifikasi Masalah

Permasalahan yang diidentifikasi dalam penelitian ini adalah mengenai bagaimana Gambaran Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan di Optik Sofyan.

C. Tujuan Penelitian

1. Tujuan Umum

Untuk mengetahui gambaran tingkat kepuasan pelanggan di Sofyan Optik

2. Tujuan Khusus

- a. Untuk mengetahui gambaran tingkat kepuasan konsumen berdasarkan penampilan dimensi tampilan fisik (*Tangible*).
- b. Untuk mengetahui gambaran tingkat kepuasan konsumen berdasarkan penampilan dimensi empati (*Empathy*).
- c. Untuk mengetahui gambaran tingkat kepuasan konsumen berdasarkan penampilan dimensi keandalan (*Reliability*).
- d. Untuk mengetahui gambaran tingkat kepuasan konsumen berdasarkan penampilan dimensi cepat tanggap (*Responsiveness*).
- e. Untuk mengetahui gambaran tingkat kepuasan konsumen berdasarkan dimensi jaminan (*Assurance*).

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Manfaat penelitian ini untuk menambah wawasan peneliti tentang tingkat kepuasan pelanggan dalam pelayanan kesehatan mata di Optik Sofyan.

2. Bagi Masyarakat

Penelitian yang dilakukan ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan kepada masyarakat mengenai pelayanan kesehatan mata.

3. Bagi Tenaga Kesehatan

Penelitian yang dilakukan ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi untuk melakukan pelayanan kesehatan mata pada masyarakat umum.

4. Secara Teoritis

Diharapkan dapat memberikan kontribusi literature di bidang *Service Quality* khususnya di Optik Sofyan. Selain itu diharapkan pula hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangan pengetahuan dalam bidang kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

5. Secara Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu masukan memberikan sumbangan penilaian mengenai kepuasan pelanggan agar pihak Optik Sofyan dapat mengetahui kebutuhan dan keinginan pelanggan sehingga dapat lebih meningkatkan kualitas pelayanan sehingga penjualan kacamata pun meningkat.

E. Ruang Lingkup Penelitian

1. Ruang Lingkup Masalah

Mengetahui gambaran tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan kesehatan mata di Optik Sofyan.

2. Ruang Lingkup Keilmuan

Ruang lingkup ilmu dalam penelitian yang dilakukan ini meliputi keilmuan mata kuliah Manajemen Optik, Ilmu Komunikasi, Manajemen SDM, Etika Profesi, Kewirausahaan.

3. Ruang Lingkup Lokasi dan Waktu

Penelitian ini dilakukan di Optik Sofyan pada akhir bulan Mei hingga bulan Juni 2022.

4. Ruang Lingkup Kegiatan

Selama penelitian ini dilakukan di Optik Sofyan, diharapkan peneliti mampu:

- a. Menciptakan komunikasi yang santun dan baik pada para pelanggan.
- b. Menciptakan kenyamanan lingkungan.
- c. Menciptakan hubungan saling percaya dengan pelanggan.
- d. Melakukan identifikasi profil pelanggan.
- e. Melakukan pengkajian
- f. Melakukan evaluasi
- g. Melakukan pendokumentasian penelitian
- h. Mengkomunikasikan hasil identifikasi, pengkajian dan dokumentasi yang dibuat kepada pemilik Optik Sofyan.