

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan pandemi COVID-19 membawa dampak yang signifikan pada perubahan perilaku aktivitas serta kebiasaan masyarakat dalam segala aspek, termasuk dalam aspek ekonomi. Dengan adanya pembatasan kegiatan sesuai anjuran pemerintah untuk mengikuti protokol kesehatan. Hal ini tentu mengurangi mobilitas interaksi yang berdampak pada aktivitas konsumen dan penjual. Pembatasan ekonomi membuat penjual berusaha membuat strategi supaya usahanya tetap berjalan seiring dengan meningkatnya persaingan bisnis yang ketat.

Dengan perubahan perilaku konsumen, keputusan untuk membeli suatu produk dan dimana tempatnya sepenuhnya ada pada tangan konsumen sendiri. Konsumen saat ini menginginkan tempat belanja yang aman, nyaman, lokasinya mudah dicapai, ragam barang yang tinggi. Perilaku konsumen berkaitan erat dengan proses pengambilan keputusan dalam usaha memperoleh dan menggunakan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhannya.

Kepuasan konsumen merupakan faktor penting dalam rangka mengoptimalkan daya tarik dan daya saing penjual/toko. Konsumen merasakan adanya kebutuhan yang harus dipenuhi melalui pembelian produk atau jasa. Dengan meningkatkan kepuasan konsumen dapat pula memaksimalkan pengalaman konsumen yang menyenangkan serta meminimumkan pengalaman konsumen yang kurang menyenangkan. Sehingga konsumen akan bertambah yang akhirnya meningkatkan jumlah penjualan.

Toko kacamata atau lebih dikenal dengan sebutan optik, merupakan pelaku bisnis yang berperan penting. Optik merupakan sarana yang menyelenggarakan pelayanan pemeriksaan mata, pemeriksaan refraksi serta pelayanan kacamata koreksi dan atau lensa kontak. Bagaimana pun juga mata merupakan organ yang sangat penting bagi manusia.

Meningkatnya intensitas persaingan bisnis optik tidak hanya untuk menjaga kesehatan mata, tetapi juga seiring dengan berkembangnya gaya hidup masyarakat yang senantiasa menjaga menjaga penampilan. Kacamata selain berfungsi membantu penglihatan tetapi memperindah penampilan dari pengguna.

Maka dalam hal ini optik harus selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen serta berusaha memenuhi harapan konsumen dengan cara memberikan pelayanan yang lebih memuaskan supaya dapat bersaing dengan optik yang lain. Dengan demikian optik yang berkualitas yang dapat bersaing dan menguasai pasar.

Setiap optik dituntut untuk membuat konsumen merasa puas dengan memberikan penawaran dan pelayanan yang lebih baik, mengingat optik harus mampu mempertahankan posisinya ditengah persaingan yang semakin ketat. Dalam hal ini untuk memenangkan persaingan harus bisa memberikan kepuasan terhadap konsumen. Apabila konsumen puas terhadap pelayanan, dapat meningkatkan kesetiaan konsumen itu sendiri.

Amanah Optikal merupakan usaha yang bergerak dibidang optikal beralamat Jl. Mayor abdurahman no 100. Sumedang. Amanah Optikal memiliki fasilitas layanan konsultasi periksa mata dengan komputer, penjualan kacamata dan lensa

kontak, serta tempat parkir yang memadai. Berada di pusat kota Sumedang menjadikan Amanah Optik menjadi tujuan oleh masyarakat Sumedang dan sekitarnya untuk berbelanja karena tempatnya nyaman serta mudah diakses.

Tabel 1.1 Perkembangan Penjualan Kacamata Amanah Optik

No	Tahun	Unit	Peningkatan (Penurunan)
1	2018	800	
2	2019	820	2,5%
3	2020	750	(8,53%)
4	2021	710	(5,33%)

Berdasarkan Tabel 1.1 terlihat bahwa penjualan produk kacamata di Amanah Optik mengalami penurunan dari tahun 2020 dan 2021. Hal ini disebabkan karena adanya persaingan bisnis sejenis dan munculnya pandemi COVID-19. Tingkat pembelian konsumen yang mengalami penurunan, Amanah Optik perlu meningkatkan pelayanan yang lebih efektif terutama dalam pemesanan produk dan juga menambah variasi produk serta harga yang bersaing dengan optik lainnya untuk membina hubungan jangka panjang dengan konsumen.

Untuk itu menanggapi persaingan yang ada maka Amanah optikal perlu meningkatkan strategi dalam mewujudkan kepuasan konsumen. Strategi yang dapat dilakukan berupa kualitas produk yang nyaman digunakan oleh konsumen sehingga dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, meningkatkan kualitas pelayanan, emosional dan harga. Hal tersebut digunakan sebagai acuan untuk memberikan pelayanan yang baik. Pelayanan yang baik akan berbanding lurus dengan kepuasan konsumen.

Dari latar belakang yang dikemukakan maka penelitian ini, peneliti bermaksud mengambil topik yang berkaitan dengan “Kepuasan konsumen di Amanah Optik Sumedang”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian, terdapat beberapa hal yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, yaitu : 1) pelayanan terhadap konsumen, 2) kualitas barang yang dijual, 3) rasa percaya diri terhadap barang yang digunakan, serta 4) kesesuaian harga barang dengan kualitas produk.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana kepuasan konsumen berdasarkan kualitas produk?
2. Bagaimana kepuasan konsumen berdasarkan kualitas pelayanan?
3. Bagaimana kepuasan konsumen berdasarkan emosional?
4. Bagaimana kepuasan konsumen berdasarkan kesesuaian harga barang?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan penelitian tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Mengetahui kepuasan konsumen berdasarkan kualitas produk.
2. Mengetahui kepuasan konsumen berdasarkan kualitas pelayanan.
3. Mengetahui kepuasan konsumen berdasarkan emosional.
4. Mengetahui kepuasan konsumen berdasarkan kesesuaian harga barang.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi penulis

Untuk menambah wawasan dan pengetahuan tentang kepuasan konsumen pada Amanah Optik. Serta sarana untuk menerapkan ilmu yang telah dipelajari di bangku kuliah tentang kepuasan konsumen.

2. Bagi Institusi/Optikal

Dapat dijadikan sebagai bahan masukan dan pertimbangan dalam tercapainya kepuasan konsumen dan membantu manajemen dalam mengambil kebijakan yang tepat.

3. Profesi

Dapat dijadikan sebagai masukan dan bahan pertimbangan untuk meningkatkan mutu pelayanan terhadap masyarakat

4. Masyarakat

Mengerti dan memahami dalam pelayan optik, sehingga mendapatkan penjelasan informasi yang memuaskan tentang optik.

E. Ruang Lingkup

Dalam penulisan ini yang dibahas adalah kepuasan konsumen yang difokuskan pada kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional dan kesesuaian harga barang. Penelitian ini menggunakan kuesioner dilakukan dengan metode deskriptif kuantitatif. Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan Mei 2022.