

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi telah menimbulkan perubahan yang sangat signifikan dalam persaingan usaha yang sedang berkembang, perkembangan ini meliputi ilmu pengetahuan serta teknologi yang memudahkan segala aktifitas dalam berbagai bentuk aspek kehidupan. Dalam menjalani hidup manusia tidak akan terlepas dari permasalahan yang sedang dihadapi akan keperluan sehari-hari seperti bahan pokok khususnya, keperluan ini akan menimbulkan berbagai aspek bahan pertimbangan dalam memilih sebuah produk. Segala aspek akan dapat dilihat dari kepuasan seseorang pelanggan ketika memilih produk-produk tertentu, semakin ketatnya persaingan pemasaran maka pelanggan akan semakin selektif dalam memilih produk tersebut.

Bagi dunia Perdagangan kepuasan pelanggan adalah *point* yang sangat mempengaruhi keberhasilan sebuah bisnis, karena kepuasan dapat mengukur seberapa berhasil penjualan tersebut dapat menguasai suatu pangsa pasar yang sedang dihadapi. Setiap pelanggan pasti memiliki tingkat penilaian kepuasan yang berbeda mulai dari segi harga, kualitas, serta pelayanan yang diberikan kepada seorang konsumen. Untuk mengukur kepuasan pelanggan ini maka diperlukan metode evaluasi terhadap keinginan seorang konsumen, apakah konsumen sudah merasa puas dengan kriteria-kriteria yang telah diberikan atau belum memenuhi apa yang diinginkan oleh konsumen tersebut.

Berdasarkan penelitian menurut (Annisa Febriani, 2012:5) : “Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang dirasakan (atau hasil) dibandingkan dengan harapan. Jadi tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Kepuasan pelanggan adalah evaluasi jual dimana alternatif yang dipilih setidaknya sama atau melebihi harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan muncul ketika hasil tidak memenuhi harapan”.

Berdasarkan penelitian menurut (Vina Yulmanita ,2010: 3) : “Saat ini diyakini bahwa kunci utama dalam memenangkan persaingan bisnis adalah dengan memberikan kualitas pelayanan yang dapat menciptakan kepuasan pelanggan (customer satisfaction). Pelayanan yang memuaskan kepada pelanggan berlangsung saat pelanggan mendapatkan hasil yang baik dari kebutuhannya. Pelanggan yang puas diharapkan untuk tetap loyal pada perusahaan dan memperkenalkan produk barang atau jasa pada oranglain.”

Logika Fuzzy, cara yang tepat untuk memetakan ruang input ke dalam ruang output dengan memiliki nilai yang berkelanjutan. Kelebihan logika *fuzzy* adalah kemampuan dalam penalaran secara bahasa. Sehingga, perancangannya tidak memerlukan persamaan secara matematis yang kompleks dari objek yang akan dikendalikan. Logika *fuzzy* akan digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan. Metode yang akan dipakai adalah metode mamdani, untuk mendapatkan *output* diperlukan tiga tahapan, yaitu *Fuzzifikasi*, *Inferensi*, dan *defuzzifikasi*. Dalam penelitian ini akan membuat sebuah program aplikasi yang dapat berdiri sendiri, menggunakan bantuan *software* MATLAB. MATLAB

(*Matrix Laboratory*) adalah sistem perangkat lunak interaktif berdasarkan elemen dasar basis data *array* serta dengan penggunaan bahasa pemrograman tingkat tinggi. Presentasi kebenaran dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan dengan menggunakan *fuzzy logic* belum sepenuhnya sempurna, tetapi bisa menjadi alat ukur yang dapat digunakan untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan.

Berdasarkan penelitian menurut (Chaudhari, Patil, & Bambhori, 2014; 2) : “Sistem *fuzzy* memiliki kedekatan penalaran manusia sehingga solusi yang diperoleh mudah diterapkan dan dipahami. Dengan memanfaatkan sistem *fuzzy*, maka dapat digunakan sebagai evaluasi dari persepsi keluhan masing-masing konsumen untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen”.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**FUZZY LOGIC DALAM MENGUKUR TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN (STUDI KASUS BUANA IMPIAN)**”

1.2 Identifikasi Masalah

Adapun identifikasi masalah yang akan diteliti adalah :

1. Badan usaha memiliki kendala untuk memahami faktor apa yang sangat mempengaruhi akan kepuasan pelanggan.
2. Kesulitan dalam memberikan pelayanan yang prima terhadap konsumen karena tidak memiliki nilai ukur.

1.3 Pembatasan Masalah

Agar penelitian ini terarah adapun pembatasan masalah yang diterapkan dalam penelitian ini adalah :

1. Objek penelitian ini terfokus pada pengukuran tingkat kepuasan pelanggan.
2. Metode *fuzzy logic* yang digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan adalah metode *Mamdani*.
3. Implementasi sistem akan menggunakan bantuan aplikasi *software* MATLAB R2013a.
4. Kategori yang akan diteliti adalah variabel harga, kualitas, pelayanan dan kebersihan
5. Penelitian ini akan dilakukan di Grosir Buana Impian Batam.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka perumusan masalah yang akan dibahas ialah:

1. Bagaimana mengukur tingkat kepuasan pelanggan menggunakan *fuzzy* (Studi Kasus Grosir Buana Impian) ?

1.5 Tujuan Penelitiann

Tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan menggunakan *fuzzy logic* (Studi Kasus Grosir Buana Impian).

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun secara praktis, yaitu sebagai berikut:

1.6.1 Aspek Teoritis

Manfaat teoritis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Membantu badan usaha setempat untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan atas pelayanan yang telah diberikan.
2. Nilai yang di dapat bisa menjadi tolak ukur untuk memberikan pelayanan yang lebih maksimal.

1.6.2 Aspek Praktis

a. Bagi Peneliti :

Peneliti berharap penelitian ini akan memberikan pengetahuan tentang tingkat kepuasan pelanggan di suatu badan usaha serta menambahkan wawasan kepada masyarakat.

b. Bagi Masyarakat :

Agar penelitian ini bisa menjadi wadah aspirasi masyarakat untuk menilai pelayanan yang telah diterima.

c. Bagi Badan Usaha

Diharapkan hasil penelitian dapat menjadi nilai tolak ukur dalam meningkatkan pelayanan yang prima terhadap para pelanggan badan usaha.