

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sekarang ini banyak perusahaan yang menggunakan berbagai sarana dalam usahanya untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Hal ini bertujuan untuk memberikan kepuasan terhadap pelanggan. Apabila pelanggan puas maka pastilah akan terjadi sesuatu yang lebih baik untuk kemajuan perusahaan di masa mendatang.

Sejalan dengan praktek bisnis yang berkembang cepat dan ketat dewasa ini, proses pengambilan keputusan, preferensi, perilaku menjadi fokus perhatian apabila perusahaan ingin *survive* dan sukses dengan persaingan global. Begitu juga dengan Laboratorium Klinik Prodia yang merupakan salah satu perusahaan jasa, berorientasi kepada pelanggan dengan senantiasa memperhatikan komunikasi dan menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan. Manajemen harus mampu membuat perencanaan program yang berorientasi terhadap kepuasan pelanggan, sehingga dapat membantu merangkul pelanggan yang akhirnya mampu menghasilkan, meningkatkan dan mempertahankan pelanggan agar tetap loyal.

Pelayanan dibidang jasa terutama laboratorium semakin berkembang pesat, terutama di jakarta barat ini mulai banyak bermunculan laboratorium dan rumah sakit baru yang menjual produk yang sama, akibatnya pembagian pelanggan Prodia Puri Indah (*market share*) semakin kompetitif untuk mencoba layanan laboratorium

kompetitor. Dalam hal perencanaan program untuk kepuasan pelanggan harus dijalankan dengan baik oleh semua divisi customer relation untuk memberikan pelayanan yang lebih dan berbeda dengan competitor lain.

Customer relations sebagai fungsi manajemen dalam organisasi adalah jembatan antara perusahaan dengan konsumen dan refleksi langsung dari nilai-nilai perusahaan dan bagian penting dalam pengelolaan hubungan baik dengan pelanggan sehingga memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan. Hal ini diperlukan suatu program yang dapat menyajikan nilai lebih dalam meningkatkan kepuasan pelanggan sehingga pelanggan akan tetap loyal dan mempermudah perusahaan untuk mengetahui apakah pelayanan yang diberikan sudah sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, program yang direncanakan tentunya harus direalisasikan oleh divisi *customer relations* dengan konsisten dan bertanggung jawab. Program *customer satisfaction* tersebut harus menghasilkan penyajian layanan yang berbeda dengan kompetitor lainnya dimana tidak hanya memberikan layanan terbaik sejak pelanggan datang ke Prodia sampai mendapatkan hasil saja, tetapi memberikan nilai lebih untuk memenuhi kepuasan pelanggan.

Program *customer satisfaction* dilakukan melalui aktivitas konsultasi dengan dokter Prodia tanpa biaya tambahan sebelum dan setelah mendapatkan hasil laboratorium, menyisipkan brosur kesehatan di hasil pasien, memilihkan tes pemeriksaan yang tepat bagi pelanggan yang berkonsultasi sampai memberikan informasi konsultasi dokter ahli melalui brosur daftar nama dokter. Setelah

pelanggan meninggalkan area Prodia dilakukan perawatan dan pengelolaan hubungan baik dengan pelanggan.

Aktivitas yang dilakukan untuk meningkatkan *customer satisfactio* dilakukan dengan cara melibatkan pelanggan dalam semua event Prodia yaitu seminar, talkshow, *remaiding*, *winback customer*, open house, promosi, dan *little extra*. Dalam hal ini Laboratorium Klinik Prodia tidak terbatas mengetahui kondisi kesehatan saja atau ketika sakit tetapi sebagai *pathner* kesehatan keluarga, pusat informasi laboratorium kedokteran, riset, rujukan, pemeriksaan kesehatan, mencegah penyakit, mencegah komplikasi, memantau terapi obat dan memantau perjalanan penyakit melalui chec kesehatan seacara rutin.

Menciptakan kepuasan pelanggan bukanlah hal yang mudah, kerap sekali pelanggan merasa tidak puas atau kecewa pada saat tidak mendapatkan pelayanan yang baik ataupun setelah membandingkan produk atau jasa yang dibeli dengan perusahaan lain. Sekarang ini tidaklah cukup bagi perusahaan mengunci kepuasan pelanggan hanya dengan menjanjikan produk dan layanan terbaik, pelanggan sekarang membutuhkan sebuah alasan ketika membeli.

Selain itu, sektor jasa laboratorium klinik saat ini telah mengalami persaingan yang sangat ketat, ditandai dengan banyaknya bermunculan jasa laboratorium klinik baru, bentuk kreativitas, inovasi bersaing yang dilakukan, serta munculnya produk laboratorium klinik dengan berbagai atributnya. Kondisi seperti ini membuat pelanggan menjadi memilih untuk mendapatkan jasa dan pelayanan terbaik dari pihak laboratorium.

Pelaksanaan program *customer satisfaction* ini bertujuan agar pelanggan tetap percaya terhadap pelayanan yang diberikan membuat penulis tertarik untuk memilih Laboratorium Klinik Prodia sebagai objek penelitian untuk pendalaman terhadap analisa program *customer satisfaction* di laboratorium klinik Prodia Puri Indah tahun 2016.

1.2 Rumusan Masalah

Peneliti menganalisa masalah penelitiannya menjadi bagaimana cara mengukur “Analisa Program *Customer Satisfaction* di Laboratorium Klinik Prodia Puri Indah tahun 2016 yang terdiri dari : Sistem keluhan dan saran, *Ghost Shopping*, *Lost customer analysis*, Survey kepuasan pelanggan.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisa bagaimana cara : mengukur “Perencanaan Program *Customer Satisfaction* Yang Dijalankan Oleh Divisi *Customer Relations* di Laboratorium Klinik Prodia Cabang Puri Indah tahun 2016 yang terdiri dari : Sistem keluhan dan saran, *Ghost Shopping*, *Lost customer analysis*, Survey kepuasan pelanggan.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini terbagi menjadi dua bagian yaitu :

1.4.1 Manfaat Teoritis

Tujuan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat teoritis berdasarkan sumber-sumber dan kajian-kajian ilmiah tentang menganalisa “Program *Customer Satisfaction* di Laboratorium Klinik Prodia Puri Indah tahun 2016 yang terdiri dari;

Sistem keluhan dan saran, *ghost shopping*, *lost customer analysis*, dan survey kepuasan pelanggan”.

1.4.2 Manfaat Praktis

Tujuan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat praktis berdasarkan kasus dilapangan tentang menganalisa “Program *Customer Satisfaction* di Laboratorium Klinik Prodia Puri Indah tahun 2016 yang terdiri dari: Sistem keluhan dan saran, *ghost shopping*, *lost customer analysis*, dan survey kepuasan pelanggan”.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan terdiri dari lima bab, di mana uraian dari setiap bab adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari Latar Belakang, Rumusan Masalah Penelitian, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian secara teoritis dan praktis, Sistematika Penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi Tinjauan Pustaka yang menguraikan teori- teori yang relevan, Definisi Kategori, dan Kerangka Pemikiran.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi Desain Penelitian, Populasi dan Sample, Bahan Penelitian dan Unit Analisis, Teknik Pengumpulan Datadan Reliabilitas, Validasi Alat Ukur, dan Teknik Analisis Data.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Bab ini membahas tentang Subjek Penelitian, Hasil Penelitian, dan Pembahasan yang berisi ulasan hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi gambaran kesimpulan dari penelitian yang sesuai dengan tujuan dan memberikan saran yang dapat dijadikan masukan bagi perusahaan.