

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

#### 1.1.1 Profil Perusahaan

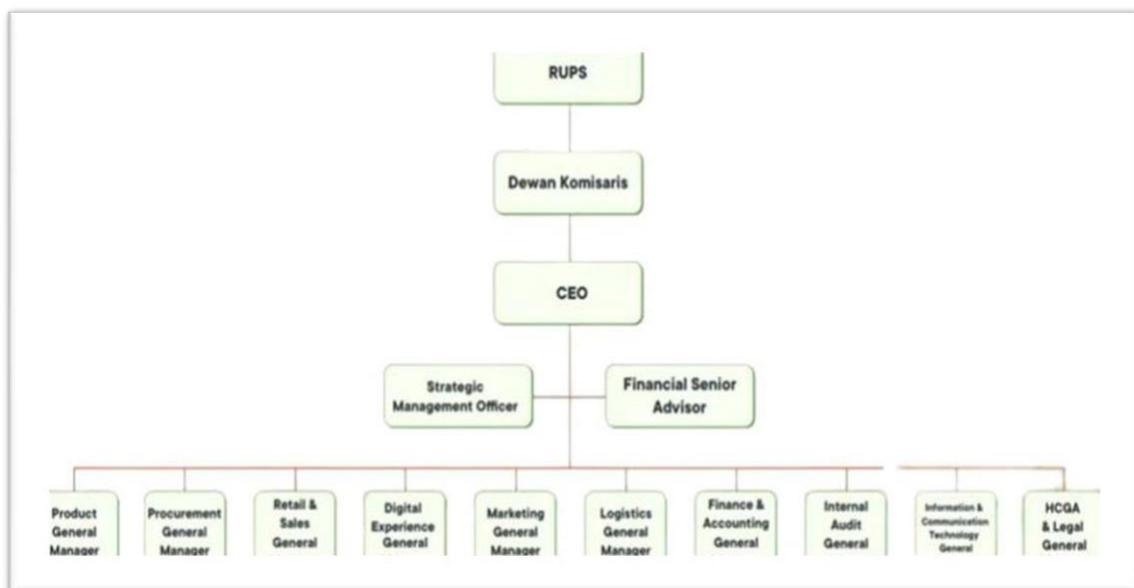
PT Eigerindo Multi Produk Industri atau yang lebih dikenal banyak orang dengan EIGER meluncurkan produk pertama kali pada tahun 1989 sebagai produk untuk memenuhi berbagai kebutuhan perlengkapan dan peralatan bagi gaya hidup para penggiat alam terbuka.

Nama EIGER sendiri terinspirasi dari Gunung Eiger berketinggian 3.970 mdpl dan menjadi “gunung tersulit didaki” ke-3 di dunia yang terletak di Bernese Alps, Swiss. Kini, EIGER menyediakan tiga kategori produk utama, yaitu *Mountaineering* yang berorientasi pada kegiatan pendakian gunung; *Riding* yang berfokus pada penjelajahan sepeda motor; serta *Authentic* 1989 yang diinspirasi dari gaya klasik para pecinta kegiatan petualangan alam terbuka yang diwujudkan dalam desain yang casual dan *stylish*.

Mengacu pada landasan visi dan misinya, EIGER tidak hanya memberikan kontribusi pada kegiatan luar ruang, namun turut memberikan perhatian yang besar terhadap kelestarian lingkungan demi mewujudkan misi yang meliputi aspek *Education, Inspiration, Greenlife, Expedition, dan Responsibility*. Hingga saat ini, EIGER telah memiliki jaringan distribusi di seluruh Indonesia, tersedia lebih dari 350 toko fisik dan akan terus memperluas jangkauannya hingga ke mancanegara.

Hingga saat ini produknya pun telah dikenal hingga ke Malaysia, Singapura, Filipina, Lebanon hingga Jepang. Pada tahun 2010, Eiger membuka showroom di Dortmund (Jerman), dan baru baru ini pada Maret 2023 Eiger membuka storenya di Interlaken, Swiss.

PT Eigerindo Multi Produk Industri berdomisili di Jl. Raya Terusan Kopo KM 11,5 No. 127 A, Pangauban, Kecamatan Katapang Kabupaten Bandung, Jawa Barat. Terdiri dari kantor, houseware, pabrik, dan beragam ruangan yang tersedia untuk mendukung kegiatan para pegawai. Selain desain bangunan yang mencolok di antara lingkungan industri di Bandung Selatan, karena kelengkapan fasilitasnya. Ruangan yang luas, modern dan nyaman dilengkapi dengan berbagai fasilitas untuk olahraga dan aktivitas keagamaan, mendukung para pegawainya untuk bekerja dalam lingkungan yang nyaman, sehat



**Gambar 1. 1**

**Struktur Organisasi Perusahaan**

**Sumber : Data Perusahaan, 2023**

Pada gambar di atas struktur organisasi di PT Eigerindo Multi Produk Industri mengikuti tipe struktur fungsional, dengan mengikuti tipe struktur tersebut harapannya setiap bagian dapat fokus pada jenis kegiatan tertentu sehingga dapat menunjukkan kinerja yang optimal.

1. RUPS

RUPS merupakan Rapat Umum Pemegang Saham, RUPS ini sebagai tempat untuk memutuskan arah dan merupakan forum Dewan Komisaris serta Dewan Direksi untuk

melaporkan dan bertanggung jawab terhadap pelaksanaan tugas serta kinerja kepada pemegang saham.

2. Dewan Komisaris

Jabatan ini bertugas untuk melakukan pengawasan secara umum atau khusus sesuai dengan anggaran dasar serta memberi nasihat kepada direksi.

3. CEO

CEO (*Chief Executive Officer*) merupakan jabatan tertinggi perusahaan yang bertugas mengambil berbagai keputusan untuk membangun keberlanjutan perusahaan, CEO juga bertugas untuk mengelola bisnis perusahaan.

4. *Strategic Management Officer*

Posisi ini menjelaskan proses pengambilan keputusan dalam suatu dinamika perusahaan, melakukan analisis lingkungan strategi, penerapan tahapan manajemen strategi (formulasi, implementasi, pengendalian, dan evaluasi strategis)

5. *Financial Senior Advisor*

Posisi ini bertugas untuk memberikan nasihat atau saran kepada perusahaan agar mampu merencanakan finansial perusahaan secara matang.

### **1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan**

Adapun Visi dan Misi PT Eigerindo Multi Produk Industri

**A. Visi**

Menjadi perusahaan yang memberkati di dalam bisnis gaya hidup

**B. Misi**

Dengan semangat terhadap keberlanjutan, kami menyajikan kepuasan yang penuh pengalaman bagi pelanggan dalam bisnis gaya hidup

### 1.1.3 Logo dan Makna Logo



**Gambar 1. 2**

#### **Logo Perusahaan**

**Sumber: Data Perusahaan, 2023**

Logo EIGER berbentuk siluet gunung Eiger yang berada di Swiss, dengan garis yang tegas tanpa bingkai. Memakai warna orange sebagai warna petualang, menggambarkan suasana hati yang bebas, ceria dan juga hangat. Warna ini juga merupakan warna optimistik yang selalu bisa mencari jalan keluar dari berbagai masalah. Warna putih dikenal sebagai warna suci, yang mengartikan bahwa hati para pendaki memiliki ketulusan. Dan warna abu-abu adalah warna tenang yang mengartikan bahwa para pendaki memiliki hati dan perasaan yang tenang, warna abu-abu juga mengartikan kekompakan, kebersamaan, dan tanggung jawab.

Arti dari logo ini memberikan aura energi dan spirit petualang yang “bebas” dan tidak terkungkung di dalam batasan. Mengambil *positioning* “*Tropical Adventure*” yang fokus mengeluarkan produk untuk wilayah tropis, yang dibatasi dengan garis semu 23,5 derajat Lintang Utara dan 23,5 derajat Lintang Selatan.

### 1.1.4 Produk Eiger

EIGER brand yang menyediakan perlengkapan kegiatan luar ruang yang memenuhi berbagai kebutuhan perlengkapan dan peralatan bagi gaya hidup para penggiat alam terbuka di iklim tropis. Menawarkan 3 seri kategori aktivitas utama yang mencakup berbagai kegiatan luar ruang, yaitu EIGER *Mountaineering* yang berorientasi pada kegiatan pendakian gunung, EIGER *Riding* yang berfokus pada penjelajahan sepeda motor, dan EIGER 1989 (*Lifestyle*) yang terinspirasi dari gaya klasik para pecinta kegiatan petualangan alam terbuka yang diwujudkan dalam bentuk yang casual dan stylish.



**Gambar 1. 3**

**Produk Eiger**

**Sumber: Data Olahan Penulis, 2023**

Gambar diatas menunjukkan perbedaan dari produk EIGER, gambar paling kiri menunjukkan produk series *Mountaineering* yaitu produk yang berorientasi pada kegiatan pendakian gunung, gambar tengah menunjukkan series *Lifestyle (authentic 1989)* diinspirasi dari gaya klasik para pecinta kegiatan petualangan alam terbuka yang di desain casual dan stylish, yang terakhir pada gambar di kanan menunjukkan series *Riding* yang berfokus pada penjelajahan sepeda motor.

## 1.2 Latar Belakang Penelitian

Pesatnya perkembangan teknologi saat ini sangat berperan penuh dalam kehidupan manusia. Teknologi berkembang sangat cepat, bahkan mulai dari orang tua dan anak-anak menggunakan teknologi dari aspek kehidupannya. Karena teknologi bisa menjadi kebutuhan yang mendasar bagi setiap orang, dengan adanya teknologi mampu mempermudah proses dan mempersingkat waktu.

Salah satu contoh perkembangan teknologi yang kita rasakan saat ini adalah *e-commerce* atau yang lebih dikenal dengan belanja *online*. Menurut Sari (2022) *E-Commerce* atau *Electronic Commerce* adalah perdagangan elektronik yang mencakup proses pembelian dan penjualan barang atau jasa, pertukaran produk, transfer dana, pelayanan serta informasi yang menggunakan jaringan komputer atau internet.



Gambar 1. 4

### 10 Negara dengan Persentase Penggunaan E-Commerce Tertinggi di Dunia

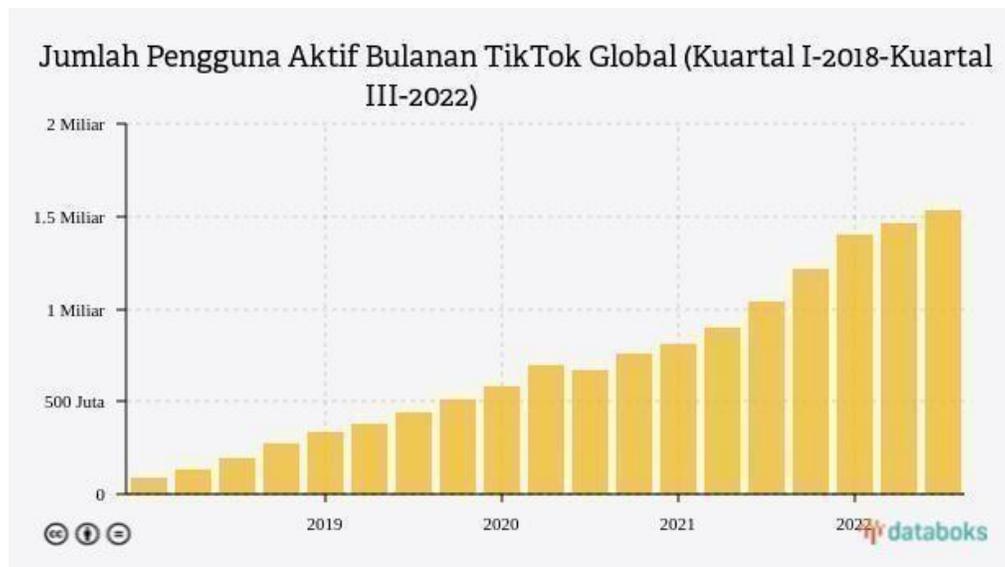
Sumber : Databoks, 2023

Berdasarkan *survey* yang dilakukan oleh *We are social*, sebanyak 88,1% pengguna internet di Indonesia memakai layanan *e-commerce* untuk membeli produk tertentu dalam beberapa bulan terakhir. Bisa dilihat bahwa Indonesia menduduki posisi pertama “10 Negara dengan Persentase Penggunaan *E-Commerce* Tertinggi di Dunia” pada April 2021. Karena minat konsumen dalam berbelanja online terus meningkat, setiap *e-commerce* selalu menawarkan promo dan layanan terbaiknya untuk merebut hati para konsumennya. *E-Commerce* sangat diminati khususnya oleh masyarakat Indonesia karena mudah diakses dimanapun, pilihan yang beragam dalam satu

*platform*, tidak membutuhkan modal yang besar untuk membuat toko, pengelolaan yang lebih praktis karena dibantu oleh fitur-fitur dan masih banyak lagi.

Menurut Pembina asosiasi *e-commerce* Indonesia, Daniel Tumiwa dalam <https://www.liputan6.com/teknoread/2493747/simak-perkembangan-e-commerce-dari-masa-ke-masa> *Internet Service Provider* atau ISP komersial hadir pertama kali di Indonesia pada tahun 1994. Kemudian perkembangan *e-commerce* di Indonesia mulai naik sejak munculnya Kaskus pada tahun 1999 dan salah satu aplikasi *e-commerce* Indonesia terbaik jatuh pada Tokopedia pada tahun 2009 silam. Selain kedua platform tersebut masih banyak lagi *e-commerce* Indonesia yang bermunculan hingga sekarang, salah satunya adalah Tiktok Shop.

Tiktok Shop merupakan salah satu inovasi fitur terbaru dari aplikasi Tiktok. Lewat fitur ini, pelanggan dapat melakukan transaksi jual-beli pada aplikasi Tiktok. Tiktok Shop ini hadir sebagai respon terhadap perkembangan *e-commerce* di Indonesia yang semakin pesat. Tiktok merupakan sebuah jaringan sosial untuk membuat serta membagikan video pendek yang berdurasi 15-60 detik, aplikasi ini menyediakan fitur untuk penambahan teks atau sticker serta menyediakan *effect* dan lain-lain. Aplikasi ini berasal dari Tiongkok yang diluncurkan ke Indonesia pada September 2016 oleh Zhang Yiming.



**Gambar 1. 5**

**Jumlah Pengguna Aktif Bulanan Tiktok Global**

**Sumber : Databoks, 2023**

Pada masa pandemi aplikasi Tiktok ini semakin meroket dan mengumpulkan orang-orang yang

kreatif yang kemudian dilirik oleh para penggiat konten creator di dunia bahkan para pedagang dan perusahaan online yang menggunakan fitur Tiktok Shop ini untuk memasarkan produk mereka.

PT Eiger Multi Produk Industri atau yang lebih dikenal banyak orang dengan EIGER selain memiliki store offline hampir di seluruh Indonesia, tidak hanya di Indonesia tetapi EIGER juga sudah menembus pasar internasional. Selain penjualan offline, EIGER juga menjual produknya secara online melalui website-nya yaitu [www.eigeradventure.com](http://www.eigeradventure.com) dan di beberapa *e-commerce* seperti Lazada, Shopee, Tokopedia, Blibli, dan juga Tiktok Shop.

Dalam pembelian di semua *e-commerce*, EIGER mengirimnya langsung dari Gudang pusat yang berada di Depok, Jawa Barat. Untuk estimasi pengiriman EIGER memberikan waktu 3 x 24 jam untuk pengemasan dan untuk pengiriman di Jawa Barat sekitar 2-4 hari, dan di luar Jawa Barat bisa 5-7 hari. Perkiraan waktu tersebut masih bisa lebih lama juga tergantung dari ekspedisi dan juga kurirnya, ada beberapa konsumen EIGER komplain karena terlalu lama barangnya sampai atau komplain tentang kurangnya barang atau barang yang tidak sesuai dengan orderan. Walaupun akun Tiktok Shop *@eigeradventurecom* sudah *verified* dan sudah menjual lebih dari 60 ribu produk di Tiktok shop, tetapi bintang penilaian untuk akun Tiktok Shop Official Eiger pernah menyentuh 3.8 bintang. Tentu itu juga menjadi masalah yang serius karena banyak orang yang meragukan pembelian di *Official Tiktok Account* EIGER. Semakin sulitnya bisnis ini membuat EIGER harus bersaing dalam berbagai ancaman di industri retail, baik dari segi kualitas produk dan juga kepuasan pelanggan. Adapun pesaing dari EIGER :



**Gambar 1. 6**

### **Pesaing EIGER**

**Sumber : Tiktok (2023)**

Dalam rangka memberikan layanan jasa yang terbaik untuk konsumen, EIGER tidak bisa hanya berfokus pada pengembangan produknya saja namun harus memperhatikan pelayanan yang diberikan, karena untuk menciptakan jasa yang berkualitas dibutuhkan juga inovasi karena dengan inovasi yang terus menerus akan mempertahankan pelanggan. Mempertahankan pelanggan berarti perusahaan mempertahankan customer supaya tetap menggunakan produk atau layanan dari perusahaan tersebut. Dan untuk mendorong transaksi ulang perusahaan harus memberikan kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil observasi, permasalahan pada EIGER yaitu adanya perasaan kecewa yang muncul setelah melakukan pembelian di Tiktok Shop @eigeradventurecom. Adapun review pelanggan pada Tiktok Shop @eigeradventurecom sebagai berikut:



**Gambar 1. 7**

### **Review Pelanggan EIGER**

**Sumber : Ulasan di Tiktok Shop EIGER (2023)**

Salah satu pelanggan memberikan review di Tiktok Shop EIGER memberikan bintang 3, mengeluhkan packaging yang tipis yang dikhawatirkan produk yang telah dibelinya lecet atau mengalami kerusakan.



**Gambar 1. 8**

**Review Pelanggan EIGER**

**Sumber : Ulasan di Tiktok Shop EIGER (2023)**

Salah satu pelanggan memberikan review di Tiktok Shop EIGER memberikan bintang 4, tetapi mengeluhkan packaging yang terlalu tipis dan tidak memakai *bubble wrap*.



**Gambar 1. 9**

**Review Pelanggan EIGER**

**Sumber : Ulasan di Tiktok Shop EIGER (2023)**

Salah satu pelanggan memberikan review di Tiktok Shop EIGER memberikan bintang 1, karena ketidaktepatan jumlah produk yang ia beli. Pelanggan yang tidak merasa puas berdampak negatif terhadap citra EIGER itu sendiri. Dengan adanya masalah dan keluhan tersebut, maka pihak EIGER harus mengetahui kepuasan pelanggan seperti apa yang diharapkan konsumen dan hal apa saja yang harus diperbaiki untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan kepada uraian uraian permasalahan diatas maka penulis akan menganalisis lebih dalam terkait kepuasan pelanggan PT Eigerindo Multi Produk Industri khususnya di *e-commerce* Tiktok Shop dengan judul penelitian “Analisis Kepuasan Pelanggan Dengan Menggunakan Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) Pada Tiktok Shop @eigeradventurecom Tahun 2023.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Adapun rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana harapan dari konsumen terhadap layanan yang telah diberikan oleh Tiktok @eigeradventurecom ?
2. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen atas layanan yang diberikan oleh Tiktok @eigeradventurecom ?
3. Hal apa saja yang harus diperbaiki untuk meningkatkan kepuasan pelanggan pada Tiktok @eigeradventurecom?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Sesuai permasalahan yang diteliti, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui harapan konsumen terhadap layanan Tiktok @eigeradventurecom.
2. Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen atas layanan yang telah diberikan oleh Tiktok @eigeradventurecom.
3. Untuk mengetahui apa saja hal yang harus diperbaiki untuk meningkatkan kepuasan pelanggan pada Tiktok @eigeradventurecom berdasarkan pandangan dari konsumen.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara:

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai tingkat kepuasan pelanggan pada PT Eigerindo Multi Produk Industri

2. Bagi Penulis

Mengharapkan penelitian ini dapat memberikan hasil yang bermanfaat bagi siapa saja , baik secara akademis maupun secara praktis terkait hal-hal yang berhubungan dengan kepuasan pelanggan.

3. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi pengetahuan kepada pembaca dalam bidang pemasaran secara umum dan khususnya terkait bidang ilmu kepuasan pelanggan.

## **1.6 Batasan Penelitian**

Adapun batasan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Objek Penelitian pada PT Eigerindo Multi Produk Industri, variabel penelitian ini membahas *Customer Satisfaction* pada pelanggan EIGER khususnya di Tiktok Shop.
2. Jangka waktu penelitian dari bulan Mei – Agustus 2023
3. Penelitian ini menggunakan para responden yaitu para pelanggan EIGER di Tiktok Shop.

## **1.7 Sistematika Penulisan Laporan Proyek Akhir**

Adapun sistematika penulisan laporan proyek akhir pada penelitian ini adalah sebagai berikut: Sistematika adalah penjelasan isi dari setiap bab. Dimana penjelasan ini dapat memberikan gambaran langsung mengenai isi setiap bab yang ada dalam laporan ini, secara singkat dapat diuraikan sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini menjelaskan tentang gambaran umum objek penelitian, latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, batasan masalah dan sistematika penulisan laporan tugas akhir.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini menguraikan tentang landasan-landasan teori dan kerangka pemikiran

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini membahas mengenai metode, teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data dan menganalisis data yang dapat menjelaskan penelitian

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini membahas hasil penelitian dan pembahasan yang sesuai dengan perumusan masalah serta tujuan penelitian tersebut

### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisi kesimpulan dan saran akhir penulisan serta saran-saran untuk objek penelitian ataupun pihak-pihak terkait lainnya.