

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Rokok elektrik merupakan fenomena yang lagi ramai di kalangan masyarakat Indonesia. Fenomena ini diperjelas dengan banyaknya masyarakat yang menggunakan rokok elektrik sebagai alternatif dari rokok konvensional. Sejak tahun 2013 rokok elektrik mulai masuk ke Indonesia dan mendapat banyak umpan balik yang baik dari masyarakat. Awal perjalanan masuk *vape* ke Indonesia mulai banyak dikenal oleh kalangan anak muda yang melakukan perjalanan keluar negeri dan kembali untuk mempromosikan rokok elektrik yang dibuat di luar negeri.

Berdasarkan data dari berita [industri.kontan.co.id](http://industri.kontan.co.id) bahwa pengguna rokok elektrik telah mencapai 1,2 juta orang pada tahun 2018 dan beberapa grup media sosial *Facebook* yang tersebar di seluruh Indonesia. Pada tahun 2017 tercatat jumlah *Vape Store* yang ada di Indonesia berjumlah kurang lebih 4000 outlet yang tersebar di seluruh Indonesia. Banyaknya *Vape Store* yang muncul di kota-kota besar membuat masyarakat dapat dengan mudah memilih varian *store* mana yang ingin dipilih untuk berbelanja. Untuk itu hal yang diutamakan oleh masyarakat adalah jasa yang baik dari *Vape Store* agar bisa bersaing dengan toko yang lainnya.

Kualitas jasa merupakan kunci utama yang menentukan penjualan rokok elektrik agar pelanggan dapat kembali lagi untuk pembelian selanjutnya. Dengan adanya jasa yang baik maka pelanggan merasa puas atas transaksi yang dilakukan dan memilih toko tersebut kembali untuk melakukan pembelian. Jasa yang baik juga mempermudah proses edukasi kepada masyarakat yang ingin mencoba rokok elektrik sesuai kebutuhan.

Penelitian dilakukan di Dr. Vapor Yogyakarta dikarenakan Dr. Vapor sendiri menjadi salah satu pelopor *Vape Store* di Yogyakarta dan dapat

dijadikan tolak ukur untuk mendapatkan umpan balik kualitas yang baik. Rokok elektrik merupakan alternatif rokok konvensional dengan menggunakan cairan dalam bentuk minyak yang disebut *Eliquid*. Rokok elektrik disebut juga lebih baik daripada rokok konvensional yang mengandung tar. Dalam penggunaannya sendiri rokok elektrik mengubah *Eliquid* menjadi uap dengan cara pemanasan menggunakan kawat yang dibalut dengan kapas sehingga *Eliquid* menjadi uap dan dihisap seperti rokok. Rokok elektrik juga sedang ramai di kalangan anak muda karena dianggap keren dan dapat memenuhi kebutuhan nikotin para pengguna rokok elektrik.

Penelitian ini juga dilakukan karena belum banyak penelitian yang dilakukan tentang jasa dalam bisnis rokok elektrik. Penelitian yang banyak dilakukan mengenai rokok elektrik hanya dibidang kesehatan seperti penelitian tentang bahaya rokok atau rokok elektrik dan dampak apa saja yang terjadi jika menggunakan rokok elektrik.

Kualitas jasa merupakan parameter utama dalam industri jasa. Hal ini karena, kualitas jasa yang baik akan membuat citra baik dari suatu perusahaan semakin besar dan dikenal dalam kalangan masyarakat. Oleh karena itu, untuk dapat berkompetisi dengan perusahaan jasa yang lain, kualitas jasa sangat penting untuk dijadikan bahan pertimbangan oleh pelanggan untuk menggunakan jasa perusahaan tersebut. Dengan adanya jasa yang baik maka pelanggan dapat memberikan umpan balik dalam bentuk penilaian yang baik terhadap perusahaan.

Rokok elektrik merupakan bisnis yang sangat berkembang pesat di era sekarang. Dengan adanya peningkatan tren pengguna rokok elektrik maka membuat penulis melakukan penelitian dibidang ini.

Dr. Vapor Yogyakarta sendiri merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang jasa yaitu menjual peralatan rokok elektrik maupun aksesorisnya. Di era sekarang jasa menjadi kategori yang sangat penting untuk menjaga interaksi pelanggan dengan penjual agar kepercayaan dari pelanggan selalu baik. Untuk itu dibutuhkan standar jasa yang baik dan

jelas agar suatu usaha dapat berjalan dengan baik dan mendapat penilaian yang baik juga dari pelanggan.

*Stakeholder* utama dari Dr. Vapor adalah :

1. Pemilik, menentukan pengambilan keputusan atas toko dan barang.
2. Manajer, mengatur karyawan yang ada di setiap toko sehingga berjalan dengan baik.
3. Karyawan, melakukan operasional harian di toko dan melayani pelanggan.
4. Pelanggan, melakukan transaksi pembelian barang.

Wawancara yang sudah dilakukan terhadap *Stakeholder* memunculkan konflik kepentingan di mana pemilik berpatokan dengan data penjualan setiap bulannya, sedangkan untuk manajer memberikan peraturan secara lisan dan menyerahkan kegiatan operasional toko kepada karyawan yang ada di toko. Untuk pelanggan sendiri mementingkan jasa baik yang diberikan oleh karyawan. Dari hasil wawancara tersebut menunjukkan bahwa kepentingan dari setiap *Stakeholder* berbeda dan hanya fokus terhadap kepentingan masing-masing. Maka diperlukan suatu parameter yang dapat menyelaraskan kepentingan dari setiap *Stakeholder* agar kegiatan operasional dapat berjalan lancar dan kepuasan pelanggan dapat dilakukan dengan baik.

Masalah utama yang terjadi adalah munculnya komplain secara terus menerus dalam banyak faktor, mulai dari jasa yang kurang memuaskan hingga ketidaksesuaian produk seperti yang ditawarkan. Kurang tanggapnya karyawan yang ada dalam melakukan pemeriksaan terhadap produk juga menjadi salah satu faktor dalam komplain yang datang dari pelanggan sering disampaikan secara langsung kepada Pemilik maupun karyawan toko yang ada. Selain itu kurang memadai peralatan yang ada di toko juga membuat karyawan sulit untuk melakukan proses *recoil*. Pihak toko mendapatkan komplain dari pelanggan secara lisan yang tidak begitu jelas yang disampaikan untuk siapa dan karena hal apa, sehingga susah untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang membuat pelanggan

melakukan komplain. Maka dari itu dilakukan pembuatan standar yang jelas dan tepat untuk menjadi penilaian pelanggan kepada *Vaporista* agar dapat menentukan nilai yang tepat terhadap jasa toko. Selain itu agar dapat memberikan wadah kritik & saran secara langsung agar komplain yang datang bisa dapat diproses lebih cepat dan akurat. *Vaporista* sendiri merupakan istilah yang digunakan untuk mendeskripsikan seseorang yang paham tentang rokok elektrik dan produk – produk lainnya yang berhubungan dengan rokok elektrik. *Vaporista* sendiri memiliki beberapa tugas yaitu melakukan penggantian kawat pada *Atomizer*, Menjual barang dan memahami fungsi – fungsi dari aksesoris yang diproduksi untuk kebutuhan rokok elektrik serta memahami *Eliquid* (minyak dengan campuran kimia yang digunakan dalam rokok elektrik). *Eliquid* sendiri merupakan komposisi kimia yang terdiri dari *Propylene Glycol* (PG), *Vegetable Glycerin* (VG), *Essence* (Perasa), *Sweetener* (Perasa), dan *Nicotine* (Nikotin). Dengan adanya parameter yang tepat dan jelas maka pelanggan dapat dengan mudah memberi jasa terhadap toko dengan mengisi beberapa kuesioner yang akan diberikan dan setelah itu akan dilihat bagian – bagian apa saja yang menjadi keluhan utama dari pelanggan. Setelah mendapat data dari pelanggan maka akan dilakukan pengolahan data di mana variabel – variabel yang sudah ada dihitung dan akan menjadi hasil akhir dari penilaian pelanggan yang telah berbelanja di toko. Setelah didapatkan hasil akhirnya akan dilakukan proses evaluasi berdasarkan hasil yang didapatkan.

## **1.2. Perumusan Masalah**

Penelitian ini mengangkat banyaknya komplain yang terjadi di toko. Mulai dari jasa yang kurang memuaskan sampai komplain terhadap kondisi toko yang tidak sesuai dengan harapan pelanggan. Kurang jelasnya penilaian pelanggan terhadap *Vaporista* yang ada di toko sehingga sulit untuk menentukan apakah pelanggan puas atau tidak terhadap jasa yang diberikan terhadap Dr. Vapor Yogyakarta. Didukung dengan *review google* Dr Vapor juga melakukan evaluasi berkala berdasarkan ulasan yang diberikan pelanggan. Sebelumnya keluhan didapatkan oleh pelanggan

melalui mulut kemulut, sehingga validitas dari keluhan yang disampaikan tidak dapat dipertanggungjawabkan. Keluhan yang muncul juga beragam dari kurang lengkapnya aksesoris yang didapatkan setelah pembelian hingga kurang benarnya pengaturan kawat dalam proses *recoil* yang dilakukan oleh *Vaporista*. Keluhan yang dimaksud juga dapat berupa kritik langsung dari pelanggan ketika melakukan pembelian secara langsung di toko.

### **1.3. Tujuan**

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis kepuasan pelanggan terhadap produk Dr.Vapor
2. Untuk menganalisis hal yang perlu diperbaiki oleh Dr.Vapor
3. Untuk menentukan perbaikan yang harus diprioritaskan oleh Dr.Vapor
4. Menurunkan jumlah komplain sampai kurang dari 5 dalam waktu satu bulan
5. Membuat SOP tertulis sebagai pedoman jasa
6. Memberikan kotak saran di setiap toko

### **1.4. Batasan Masalah**

Batasan masalah penelitian ini adalah jasa langsung dari karyawan Dr. Vapor terhadap pelanggan yang sedang berbelanja di toko. Penelitian ini dilakukan berdasarkan kondisi apa saja yang ada dan terjadi di toko. Untuk mengetahui seberapa besar perubahan keuangan yang terjadi di toko maka diambil data keuangan 3 toko dalam 6 bulan terakhir pada tahun 2021 untuk melihat apakah terjadi perubahan yang signifikan atau tidak.