

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tujuan utama dari setiap bisnis adalah untuk membuat keuntungan, dalam banyak kasus saat ini hanya dapat dicapai dengan memenangkan dan mempertahankan pelanggan. Pelanggan adalah sumber dari suatu perusahaan dan alasan keberadaannya. Setiap perusahaan harus memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan, karena kesejahteraan, gaji dan pekerjaan tergantung pada mereka (Akademi asuransi, 2004).

Hal ini penting saat ini bagi Perusahaan untuk mengetahui, memahami, dan memenuhi harapan pelanggan mereka. Persaingan sengit, dan pelanggan akan sangat cepat beralih ke pesaing jika harapan mereka tidak terpenuhi. Berlawanan dengan mitos populer, harga tidak selalu menjadi faktor penentu bagi pelanggan. Penelitian telah menunjukkan bahwa 10% dari pelanggan yang lebih memilih kompetisi produk atau jasa, 70% mundur karena ketidakpedulian, kekasaran atau buruknya pelayanan dari staf (Akademi asuransi, 2004).

Pelanggan yang puas dengan sebuah produk akan memiliki tingkat loyalitas yang lebih tinggi dibandingkan dengan pelanggan yang kurang merasa puas dengan sebuah produk. Dari sisi bisnis dua kelompok pelanggan tersebut sangat mungkin untuk membantu pengembangan produk. Dengan mempertahankan atau bahkan meningkatkan apa yang pelanggan setia sukai, mereka akan mempromosikan secara cuma-cuma produk tersebut. Sedangkan masukan dari pelanggan yang kurang setia bisa menjadi petunjuk kemana arah sebuah produk harus diperbaiki atau dikembangkan.

Untuk menentukan tingkat kesetiaan (loyalitas) pelanggan bisa dilakukan dengan survei NPS (*Net Promoter Score*). Metodologi survei NPS pada intinya mengajukan sebuah pertanyaan kepada pelanggan "Seberapa besar kemungkinan Anda akan merekomendasikan produk ini kepada teman atau kerabat Anda?". Pelanggan diberikan rentang jawaban dengan skala 0 - 10 dengan klasifikasi sebagai berikut:

- 0 - 6: *Detractor* pelanggan tidak puas dengan sebuah produk dan cenderung menjelek-jelekannya.
- 7 - 8: *Neutral* pelanggan merasa sebuah produk biasa-biasa saja dan belum merekomendasikannya.
- 9 -10: *Promotor* pelanggan sangat puas dengan sebuah produk dan bersedia untuk merekomendasikannya kepada teman atau kerabat.

Atas dasar tersebut NiagaHosting sebagai salah satu penyedia layanan *web hosting* di Indonesia melakukan survei NPS kepada pelanggannya untuk mengetahui apakah produknya sudah sesuai dengan kebutuhan pelanggan atau masih harus ditingkatkan lagi. NiagaHosting juga melakukan pengembangan dari survei NPS untuk mendapatkan masukan dari pelanggannya. Pelanggan yang memberikan nilai 0 - 8 dan dikelompokan sebagai *detractor* dan *neutral* akan mendapatkan pertanyaan lanjutan "Apa yang perlu kami tingkatkan agar Anda mau merekomendasikan layanan kami kepada teman atau kerabat Anda?" jawaban dari pertanyaan tersebut bisa dijadikan sebagai acuan untuk memperbaiki layanan. Sedangkan untuk pelanggan yang memberikan nilai 9 - 10 dan dikelompokan sebagai *promotor* akan mendapat pertanyaan lanjutan "Apa yang paling anda sukai dari produk atau layanan kami?" dan bisa juga dijadikan sebagai acuan untuk pengembangan produk atau layanan kedepannya.

Pertanyaan lanjutan ini bersifat terbuka, artinya pelanggan bebas memberikan jawaban sesuai dengan apa yang mereka rasakan. Selain bisa memberikan masukan yang lebih baik dan objektif, dengan adanya jawaban terbuka tersebut juga tidak membatasi aspek apa yang dinilai oleh pelanggan dan hal tersebut bisa membuka potensi untuk pengembangan produk dan layanan kedepannya. Saat ini hasil dari survei NPS tersebut masih dilakukan secara manual terutama untuk pertanyaan lanjutan. Hal ini tentu akan menyita banyak waktu terutama jika data yang masuk sangat banyak, perlu adanya sebuah sistem yang mampu mengolah data kualitatif tersebut menjadi sebuah informasi yang bisa langsung digunakan

NiagaHosting untuk pengembangan produk dan layanannya. Hal tersebut sekaligus menjadi alasan utama dilakukannya penelitian ini.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah maka perumusan masalah dari penelitian ini adalah:

1. Berdasarkan latar belakang yang dijelaskan sebelumnya maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah "Bagaimana memudahkan pihak NiagaHosting untuk mendapatkan informasi tentang apa yang harus ditingkatkan terkait layanan dan produknya berdasarkan survei NPS?"

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mempermudah dan mempercepat pihak NiagaHosting untuk melakukan peningkatan produk, sistem ataupun layanan berdasarkan masukan dari pelanggannya melalui survei NPS.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang bisa didapatkan dari penelitian "Pemanfaatan *Text Mining* Menggunakan *Library Python* Sastrawi Dalam Pengolahan Hasil *Survei Net Promoter Score* (Studi Kasus Perusahaan NiagaHosting)" adalah:

1. Mempermudah pihak NiagaHosting untuk mengolah hasil survei NPS.
2. Mempercepat pihak NiagaHosting untuk mendapatkan informasi hasil survei NPS.
3. Membantu arah pengembangan produk ataupun layanan berdasarkan hasil survei NPS.
4. Implementasi ilmu yang telah dipelajari selama kuliah bagi peneliti.

1.5 Batasan Masalah

Penelitian ini memiliki batasan tertentu untuk menghindari adanya penyimpangan atau melebarnya pokok bahasan dan dimaksudkan agar penelitian

lebih terarah dan memudahkan pembahasan sehingga tujuan dari penelitian ini tercapai. Beberapa batasan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian hanya dilakukan pada layanan penyedia *web hosting* NiagaHosting.
2. Penelitian dilakukan untuk hasil survei NPS periode Q3 2019.