

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan dalam dunia bisnis sudah semakin tajam, para pemasar dituntut tidak hanya meningkatkan kualitas produk tetapi juga kualitas pelayanan untuk bisa tampil sebagai pemenang dalam persaingan. maka yang menjadi kunci utama untuk menjadi pemenang dalam persaingan tersebut adalah kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan kepada para pelanggan.

Kini semakin disadari bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan. *Survive* tidaknya suatu perusahaan ditentukan oleh kemampuan perusahaan itu sendiri dalam memberikan pelayanan yang memuaskan kepada para pelanggannya. Kepuasan pelanggan bisa menjadi senjata andalan untuk tampil sebagai pemenang dalam persaingan tetapi bisa juga sebaliknya, dimana hal itu bisa menjadi bumerang yang dapat menghancurkan posisi perusahaan dalam dunia bisnis yang semakin kompleks.

Perusahaan-perusahaan yang bergerak di industri jasa dekorasi seperti Paymon Decoration, bersaing secara kompetitif untuk mendapatkan pangsa pasar yang besar. Namun dengan banyaknya pesaing bermunculan, maka permasalahan yang dihadapi perusahaan-perusahaannya semakin banyak. Terdapat beberapa masalah yang dihadapi oleh perusahaan terkait persaingan yang semakin ketat. Salah satunya adalah terjadinya naik turun jumlah pelanggan yang memakai jasa Paymon Decoration.

Dekorasi acara merupakan suatu usaha *event* yang menyediakan berbagai dekorasi untuk acara ulang tahun, khitanan, lamaran dan pernikahan dengan tarif yang telah ditentukan berdasarkan model dan pelayanannya. Pada masa sekarang ini dekorasi menjadi suatu usaha bisnis yang mempunyai prospek cukup baik, dimana hal ini tidak terlepas dari kebutuhan dasar konsumen dalam berbagai *event*.

Paymon Decoration Bekasi yang beralamat di jalan Tanah Tinggi, Bekasi Utara, merupakan salah satu dekorasi yang melayani beberapa acara. Namun

dekorasi ini hanya menyediakan backdrop saja tidak berikut dengan tendanya namun tidak memungkinkan jika Paymon Decoration menyediakan jasa sesuai kebutuhn *costomer*. Paymon Decoratin mempunyai beberapa jenis *backdrop* dan jenis paket yang ditawarkan. Dekorasi ini telah berdiri sejak awal tahun 2021 dan masih setia memberikan layanan dan produk terbaiknya untuk para konsumen hingga sekarang.

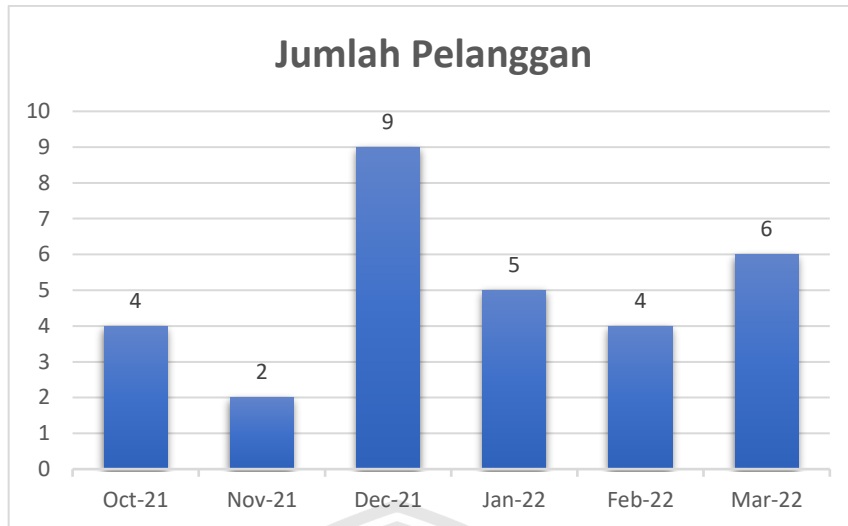
Untuk dapat menyediakan layanan yang lebih baik lagi, perlu bagi Paymon Decoration Bekasi untuk melakukan pengukuran kepuasan konsumen, sesuai dengan apa yang dirasakan konsumen terhadap layanan yang diberikan oleh pihak Paymon Decoration Bekasi, terutama dalam pelayanan bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Hal ini juga berguna untuk mengetahui hasil kinerja layanan yang diberikan oleh pihak Paymon Decoration Bekasi dari waktu ke waktu.

Paymon Decoration Bekasi selain menyediakan jasa dekorai, Paymon juga menyediakan 3 jenis paket dengan harga yang variabel. Berikut adalah data jumlah pelanggan Paymon Decoration.

Tabel 1. 1 Data Jumlah Pelanggan Selama 6 bulan Tahun 2021-2022

CV. Paymon Decoration						
No	Bulan	Jenis Paket			Jumlah pelanggan	Targer Perbulan
		Paket 1	Paket 2	Paket 3		
1	Oct-21	1	2	1	4	10
2	Nov-21	0	1	1	2	10
3	Dec-21	2	4	3	9	10
4	Jan-22	2	3	0	5	10
5	Feb-22	1	2	1	4	10
6	Mar-22	2	2	2	6	10
Total		8	14	8	30	60

(Sumber: Paymon.Decoration)

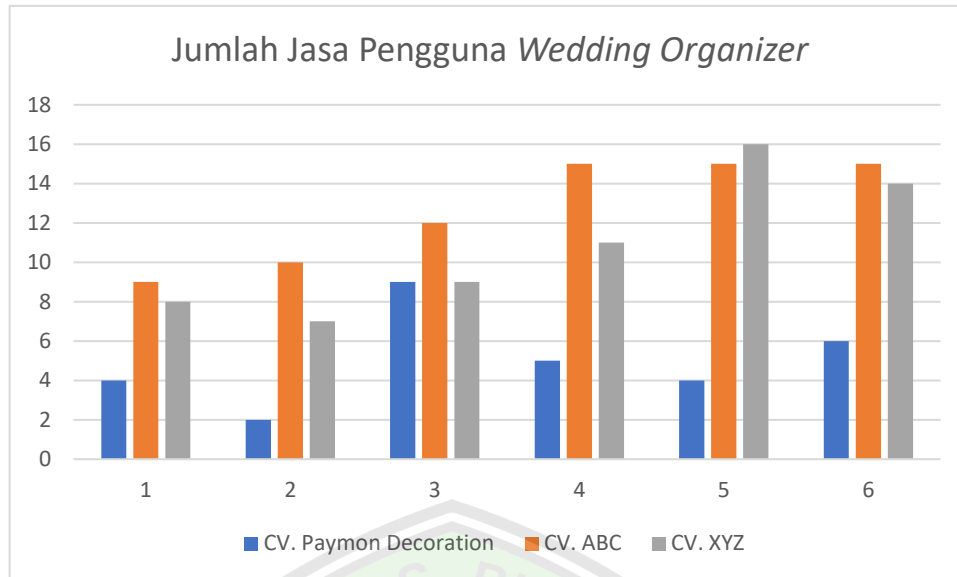


Gambar 1. 1 Grafik Data Jumlah Pelanggan Selama 6 bulan Tahun 2021-2022

Berdasarkan Tabel dan Gambar 1.1 di atas dapat dijelaskan jika Paymon Decoration mengalami kenaikan jumlah pelanggan yang cukup signifikan pada bulan Desember 2021. Namun terjadi penurunan kembali pada bulan selanjutnya dan naik turun pada bulan berikutnya. Pada jumlah pelanggan Paymon Decoration di setiap bulannya masih belum konsisten ataupun belum mengalami kenaikan terus menerus pada tiap bulanannya sehingga tidak mencapai target yang diharapkan seminimal mungkin 10 pelanggan perbulan. Paymon Decoration mempunyai *relationship* serta *franchise* beberapa *wedding organizer* yang menjadi acuan untuk Paymon Decoration terus mengembangkan inovasi serta meningkatkan pelayanan. Berikut adalah data *customer wedding organizer partnership* Paymon Decoration selama bulan Oktober 2021 sampai Maret 2022.

Tabel 1. 2 Jumlah *Customer Partnership* Paymon Decoration

CV. ABC			CV. XYZ		
No	Bulan	CV. ABC	No	Bulan	CV. XYZ
1	Oct-21	9	1	Oct-21	8
2	Nov-21	10	2	Nov-21	7
3	Dec-21	12	3	Dec-21	9
4	Jan-22	15	4	Jan-22	11
5	Feb-22	15	5	Feb-22	16
6	Mar-22	15	6	Mar-22	14
Total		76	Total		65



Gambar 1. 2 Grafik Pengguna Jasa *Wedding Organizer*

Pada gambar grafik 1.2 menunjukkan Paymon Decoratin belum konsisten dan masih tertinggal oleh beberapa *wedding oragnizer* lain dalam mendapatkan pelanggan, maka dari itu Paymon Decoration harus bekerja lebih baik sehingga dapat memenuhi tujuan Paymon Decoration dalam meningkatkan jumlah pelanggan. Dalam hal ini tentunya perusahaan harus mengetahui fakto-faktor apa saja yang membuat pelanggan dapat terus meningkat memakai jasa Paymon Decoration tiap bulannya, sehingga pada akhirnya dapat menjawab dan memenangkan tantangan dalam persaingan yang ada dan mampu meningkatkan kepuasan pelanggan Paymon Decoration.

Menurut Tjiptono & Chandra (2016; 204) kata kepuasan (*satisfaction*) berasal dari Bahasa latin “*satis*” artinya cukup baik, memadai dan “*facio*” artinya melakukan atau membuat. Kepuasan bisa diartikan sebagai “upaya pemenuhan sesuatu”. Kepuasan pelanggan dijadikan sebagai tolak ukur dalam menentukan berhasil tidaknya suatu pelayanan Paymon Decoration. Menurut Kotler dan Keller dalam Donni Juni Priansah (2017: p.196). menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang diperkiraka terhadap kinerja yang diharapkan.

Dengan demikian, perlu dilakukan analisis tentang kepentingan pelanggan terhadap faktor-faktor yang menyertai pelayanan Paymon Decoration bagaimana kinerja Paymon Decoration dalam usaha memenuhi harapan pelanggan sehingga pelanggan memperoleh kepuasan. Berdasarkan uraian tersebut, mengingat betapa pentingnya kepuasan dan layanan yang diberikan perusahaan, maka penulis tertarik mengambil judul: “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode *Importance Performance Analysis* Pada Paymon Decoration Bekasi”.

1.2 Identifikasi masalah

Identifikasi masalah yang dapat diambil dari latar belakang masalah tersebut adalah sebagai berikut:

1. Peningkatan pelayanan pada Paymon Decoration masih lambat.
2. Paymon Decoration belum menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap usaha yang dijalankan 6 bulan terakhir mulai Bulan Oktober 2021 sampai Maret 2022.

1.3 Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang masalah sebelumnya maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas pelayanan yang di berikan Paymon Decoration berpengaruh pada kepuasan pelanggan?
2. Apakah faktor-faktor yang menyebabkan ketidakpuasan pelanggan pada Paymon Decoration Bekasi?
3. Apakah rekomendasi yang perlu diberikan kepada Paymon Decoration dalam pelayanan yang diberikan untuk mengoptimalkan kualitas pelayanan menggunakan metode *Importance Performance Analysis*?

1.4 Batasan Masalah

Agar dalam pembahasan tidak terlalu meluas, maka penulis perlu membatasi masalah. Adapun pembatasan masalahnya adalah sebagai berikut;

1. Pada penelitian ini penulis menggunakan metode *Importance Performance Analysis* untuk mengetahui kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang telah di berikan oleh karyawan Paymon Decoration.
2. Pada penelitian ini penulis menggunakan data pelanggan yang telah menggunakan jasa Payon Decoration 6 Bulan data terakhir pada Bulan Oktober 2021 sampai Maret 2022.
3. Responden dalam hal ini yang pernah memakai jasa layanan Paymon Decoration Bekasi.
4. Pelayanan dinilai kualitasnya berdasarkan hasil dari kuesioner yang disebar kepada 100 responden.

1.5 Tujuan Penelitian

Dengan melihat rumusan masalah diatas tujuan dari penelitian yang hendak dicapai oleh penulis adalah sebagai berikut:—

1. Menganalisis kepuasan pelanggan Paymon Decoration terhadap pelayanan yang telah di berikan karyawan.
2. Menganalisis secara empirik apakah atribut yang bermasalah pada pelayanan yang diberikan oleh Paymon Decoration menggunakan metode *Importance Performance Analysis*.
3. Memberikan rekomendasi atau usulan yang perlu diberikan kepada Paymon Decoration Bekasi pada pelayanan yang diberikan untuk mengoptimalkan kualitas pelayanannya.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat yang bisa diambil dari hasil penelitian ini adalah:

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan peneliti pada khususnya dalam hal sistem pelayanan.

2. Manfaat praktis

a. Bagi perusahaan

Sebagai bahan evaluasi terhadap penerapan kualitas layanan yang dilakukan dalam rangka memenuhi kepuasan pelanggan.

b. Bagi penulis

Menambah pengetahuan tentang tingkat kualitas layanan pada Paymon Decoration Bekasi dalam upaya untuk memuaskan pelanggannya..

c. Bagi Universitas

Hasil penelitian ini dapat diharapkan menjadi referensi tambahan untuk menambah pengetahuan dan pemahaman studi mengenai kualitas pelayanan.

1.7 Waktu dan Tempat

Objek penelitian dalam penelitian ini yaitu Paymon Decoration Bekasi yang beralamat di jalan Tanah Tinggi No.102 Bekasi Utara, dengan mengadakan pengamatan secara langsung dilapangan sesuai dengan kondisi pada saat itu. penelitian ini dilakukan pada bulan januari 2022 sampai dengan Maret 2022.

1.8 Metode Penelitian

Untuk melengkapi data-data yang akan di perlukan dalam laporan skripsi ini, maka dari itu yang penulis lakukan adalah sebagai berikut :

1. Wawancara

Merupakan kegiatan atau metode pengumpulan data yang dilakukan dengan bertatapans langsung dengan responden. Interview dimana pertanyaan pada kuesioner tersusun sedemikian rupa menurut urutan dan penggolongan

data yang diperoleh dari responden, yaitu yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan Paymon Decoration Bekasi.

2. Kuesioner

Kuesioner merupakan cara pengumpulan data dengan memberikan daftar pertanyaan kepada responden untuk diisi secara langsung atau melalui internet, metode ini digunakan untuk mengumpulkan data mengenai harga, kualitas layanan dan nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan. Kuesioner yang digunakan adalah kuesioner dengan skala likert, dimana pada masing-masing jawaban diberikan skor.

3. Observasi

Yaitu mengadakan penelitian secara langsung mengenai kegiatan yang dilaksanakan dari latar belakang yang ada pada saat ini yang berkaitan dengan masalah yang dihadapi.

4. Studi Pustaka

Dilakukan studi literatur teori-teori yang menjadi acuan dalam pelaksanaan penelitian. Seperti buku pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan, maupun berbagai artikel terkait penelitian ini.

1.9 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah dalam memberikan gambaran tentang isi proposal ini, maka penulis membuat sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Berisi latar belakang masalah, identifikasi masalah, Batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, waktu dan tempat, teknik pengumpulan data, dan sistematika penulisan.

BAB II: LANDASAN TEORI

Dalam bab ini mengemukakan tentang teori-teori yang berhubungan dengan pembahasan.

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini diuraikan tentang sumber data dan tehnik pengumpulan data, jenis data yang dikumpulkan, model analisis data, jumlah responden.

BAB IV: ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN

Berisi hal-hal tentang data-data yang diperoleh dari penelitian dengan metode Fishben dan Diagram Cartesius dari dimensi kualitas yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

BAB V: PENUTUP

Berisi kesimpulan-kesimpulan yang diperoleh dari hasil analisis yang telah dilakukan oleh penulis dan beberapa saran yang bisa diberikan dan diharapkan dapat menjadi pembelajaran untuk kita semua, agar menerapkan ilmu yang telah didapat dalam dunia industri.

