

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Pada era globalisasi saat ini, persaingan bisnis semakin ketat. Kondisi ini menuntut pelaku usaha untuk memiliki keunggulan agar mampu bertahan dan bersaing. Seiring dengan perkembangan teknologi dan informasi, kompetisi dalam bisnis semakin terbuka lebar, sehingga pelaku bisnis harus bekerja lebih keras untuk memuaskan pelanggan. Pelanggan pada saat ini umumnya lebih ingin tahu tentang produk atau jasa yang akan mereka beli, dan kemajuan teknologi membuat penawaran produk atau jasa lebih mudah diakses melalui berbagai media. Dengan begitu, calon pembeli juga mendapatkan kemudahan untuk mengakses penilaian tentang produk atau jasa yang akan dibeli.

Dalam konteks persaingan yang semakin sengit ini, kepuasan pelanggan menjadi faktor kunci yang tidak dapat diabaikan. Pelanggan yang merasa puas dengan produk atau jasa yang mereka beli akan cenderung kembali dan menjadi pelanggan setia. Oleh karena itu, pelaku bisnis harus fokus pada upaya untuk mencapai dan mempertahankan kepuasan pelanggan sebagai bagian dari strategi bersaing mereka. Teknologi yang semakin maju memberikan peluang bagi pelaku usaha untuk lebih memahami kebutuhan dan harapan pelanggan, serta untuk menyesuaikan produk dan layanan mereka secara lebih efektif (Suwastika et al., 2023:8).

Kepuasan pelanggan, yang merupakan perasaan yang didapatkan konsumen setelah membeli produk atau jasa, menjadi sangat krusial dalam konteks ini. Kepuasan pelanggan dapat diartikan sebagai bentuk evaluasi setelah pembelian barang atau jasa dan sangat mempengaruhi niat pembeli untuk melakukan

pembelian ulang di kemudian hari. Menurut (Sumawardani et al., 2016), pelanggan yang merasa puas dengan produk atau jasa memiliki kemungkinan besar untuk menjadi pelanggan dalam jangka waktu yang lama. Oleh karena itu, setiap pelaku usaha harus menyadari pentingnya kepuasan pelanggan dan berupaya mencapainya guna mendapatkan pelanggan yang loyal. Hal ini sejalan dengan pandangan Maulana (2016:114) bahwa kepuasan pelanggan harus dicapai oleh perusahaan agar produk atau jasanya dikenal oleh banyak orang dan mendorong pembelian ulang.

Dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan menjadi pondasi utama dalam upaya mencapai tingkat kepuasan yang tinggi. Saat perusahaan mampu menyediakan layanan yang tidak hanya memenuhi tetapi juga melebihi ekspektasi konsumen, hal ini membuka pintu untuk membangun hubungan yang kuat dan berkelanjutan. Kualitas pelayanan pada dasarnya berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Hal ini mencakup berbagai aspek, seperti keramahan, kecepatan, ketepatan waktu, dan kemampuan staf dalam memberikan informasi yang diperlukan oleh pelanggan (Indrasari, 2019:62).

Pelayanan yang berkualitas bukan hanya tentang kemudahan dalam transaksi atau kecepatan dalam penyelesaian masalah, tetapi juga tentang menciptakan pengalaman yang membangkitkan kepercayaan dan kepuasan yang mendalam. Kualitas pelayanan yang maksimal merupakan strategi yang tepat untuk mewujudkan keinginan dan harapan calon konsumen. Pelayanan yang diberikan oleh pelaku usaha atau perusahaan akan berpengaruh terhadap pandangan konsumen kepada perusahaan tersebut. Tidak sedikit konsumen yang merasa tidak puas dengan pelayanan yang diberikan dan akan menganggap produk atau jasa yang

dijual pun tidak berkualitas. Menurut (Sumawardani et al., 2016), pihak yang paling berhubungan langsung dengan puas atau ketidakpuasan konsumen adalah pemasar, konsumen, konsumeris dan peneliti pelaku konsumen.

Demikian pula harapan dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Eagle Decal, sebuah bisnis yang bergerak di bidang jasa percetakan stiker motor custom. Menurut Khairunnisa, dkk (2022:1), UMKM adalah usaha produktif yang dimiliki oleh individu atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro. Usaha ini biasanya dikelola secara mandiri dan memiliki skala yang kecil dengan potensi pertumbuhan yang signifikan. Dengan cakupan yang begitu luas, UMKM mencakup berbagai jenis usaha, termasuk Eagle Decal.

Eagle Decal, yang tidak memproduksi sendiri stiker yang dijualnya melainkan menggunakan jasa makloon, menurut UKMINDONESIA.ID (2023), makloon adalah perusahaan pemilik merek yang meminta bantuan kerjasama kepada pihak ketiga untuk melakukan kegiatan produksi atau jasa cetak dari luar perusahaan. Eagle Decal fokus pada pemasaran stiker decal atau stiker yang digunakan untuk melapisi body motor. Perusahaan ini menawarkan produk dengan berbagai varian bahan dan harga yang dapat dipilih oleh pelanggan sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka. Selain itu, Eagle Decal menyediakan layanan konsultasi mengenai bahan, harga, dan desain, sehingga pelanggan dapat membuat keputusan yang tepat sebelum membeli produk. Dengan pendekatan ini, Eagle Decal berupaya untuk meningkatkan kepuasan pelanggan melalui pelayanan yang berkualitas dan responsif terhadap kebutuhan mereka.

Usaha stiker motor custom ini menjadi usaha yang menjanjikan. Pemilik UMKM Eagle Decal memulai usahanya sejak tahun 2018, dan tidak lama setelah berdiri, terjadi wabah virus Covid-19. Banyak sektor usaha yang mengalami

penurunan sejak Covid-19, namun Eagle Decal memutuskan untuk terus mempromosikan produknya di tengah perekonomian yang sedang tidak stabil. Dengan usaha dan kerja keras, usaha yang menawarkan produknya secara online ini mampu bertahan dan bersaing dengan kompetitor.

Eagle Decal masih mengandalkan jasa makloon dalam mencetak produknya karena keterbatasan fasilitas mesin cetak yang membutuhkan biaya cukup besar. Bagi Eagle Decal, sebagai usaha baru dengan modal minim, makloon menjadi pilihan utama. Eagle Decal lebih fokus memasarkan dan memproduksi decal untuk motor trail, karena melihat pengguna motor trail biasanya menggunakan motor mereka untuk kegiatan sehari-hari yang lebih rawan terkena goresan dan juga untuk kompetisi ajang balap.

Pada setiap usaha yang dijalankan, pasti tidak selalu berjalan mulus. Adakalanya usaha mengalami kesulitan atau penurunan, baik disebabkan oleh produk atau pelayanan yang diberikan. Permasalahan yang terjadi bisa disebabkan oleh keluhan konsumen, pelayanan yang lambat, pengiriman yang tidak tepat waktu, warna yang tidak sesuai, dan hal-hal lain yang menyebabkan konsumen tidak melakukan pembelian ulang. Hal ini juga dialami oleh Eagle Decal, di mana penjualannya mengalami penurunan sejak tahun 2022. Data penjualan menunjukkan penurunan dari tahun-tahun sebelumnya, sebagaimana dapat dilihat pada grafik pendapatan di bawah ini:



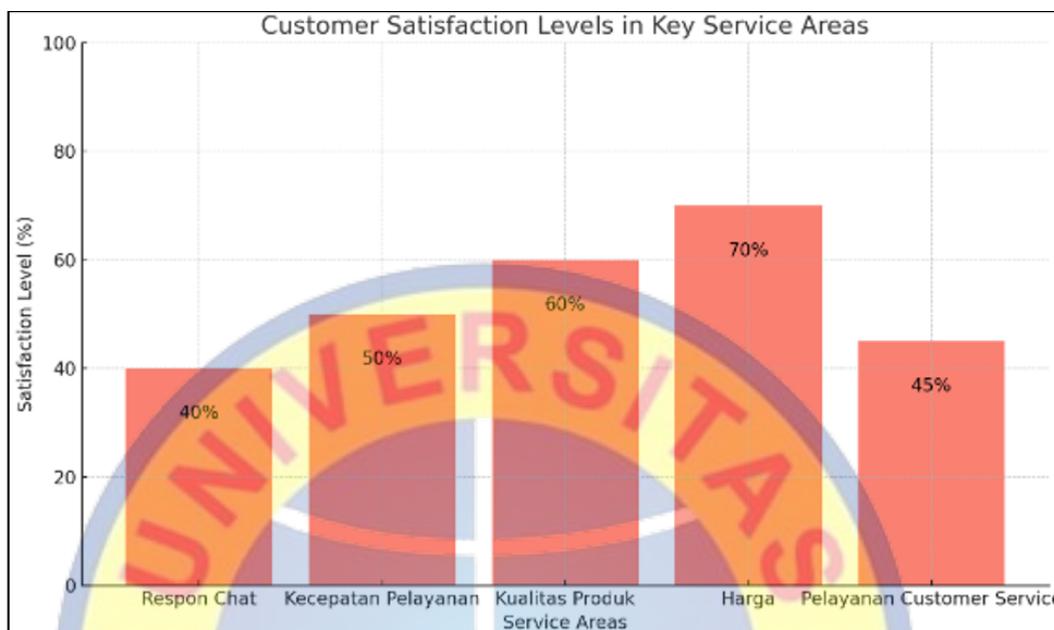
Sumber : Data laporan Eagle Decal

**Gambar 1. 1 Grafik Penjualan Eagle Decal 2020-2022**

Berdasarkan grafik di atas, terlihat bahwa terjadi penurunan pendapatan yang signifikan dari tahun 2021 ke 2022, yaitu dari Rp 715.000.000 per tahun pada 2021 menjadi Rp 355.000.000 per tahun pada 2022. Dari data penjualan tersebut, terlihat penurunan signifikan sebesar Rp 360.000.000 dalam setahun terakhir. Penurunan omset ini terjadi saat peneliti melakukan magang di UMKM Stiker Custom Eagle Decal.

Selama magang, peneliti diajarkan untuk mencoba semua bagian operasional bisnis, mulai dari produksi hingga pelayanan pelanggan. Setelah terlibat langsung, peneliti menemukan bahwa salah satu penyebab penurunan pendapatan ini adalah kurang maksimalnya pelayanan *customer service* dalam merespons chat pelanggan. *Customer service* mengakui bahwa mereka belum memahami dengan baik bagaimana cara memberikan pelayanan yang optimal. Hal ini juga diperkuat oleh pernyataan pemilik usaha, yang menjelaskan bahwa sumber daya manusia di bisnis

tersebut belum menjalankan tugasnya dengan semestinya, yang turut berkontribusi pada menurunnya pendapatan perusahaan.



**Gambar 1. 2 Hasil Survei Internal Tingkat Kepuasan Pelanggan**

Sumber : Data Sekunder Internal Eagle Decal

Pada grafik di atas menunjukkan tingkat kepuasan pelanggan dalam beberapa area pelayanan penting di UMKM Stiker Custom Eagle Decal. Dari grafik tersebut, terlihat bahwa kepuasan pelanggan terkait respon chat dan pelayanan *customer service* berada pada tingkat yang paling rendah, masing-masing di bawah 50%. Hal ini mengindikasikan bahwa kedua area tersebut memerlukan perbaikan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan secara keseluruhan.

Untuk mendukung data tersebut, dilakukan wawancara awal tak terstruktur kepada beberapa pelanggan yang menunjukkan adanya ketidakpuasan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh Eagle Decal. Beberapa pelanggan mengungkapkan bahwa mereka merasa kurang puas dengan tingkat perhatian yang mereka terima dari staf, terutama dalam hal menjelaskan produk dan membantu memilih stiker yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Selain itu, keluhan juga

muncul terkait konsistensi dalam hasil produksi stiker, di mana beberapa pelanggan mengeluhkan bahwa kualitas dan detail dari stiker yang mereka terima tidak selalu memenuhi harapan atau standar yang dijanjikan.

Penurunan pendapatan ini diduga disebabkan oleh penurunan kualitas pelayanan, yang berdampak langsung pada tingkat kepuasan pelanggan dan keputusan mereka untuk melakukan pembelian ulang. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan merupakan faktor kunci yang perlu diperhatikan untuk membalikkan tren penurunan pendapatan dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

Dari fenomena permasalahan yang muncul melalui data di atas, yaitu adanya ketidakpuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh Eagle Decal, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di perusahaan ini dengan judul **“Analisis Kualitas Pelayanan Dalam Upaya Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Pada UMKM Stiker Custom Eagle Decal Di Kabupaten Bandung”**. Penelitian ini bertujuan untuk mendalami bagaimana kualitas pelayanan dan strategi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, dengan harapan dapat membantu Eagle Decal mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan di tengah persaingan yang semakin ketat.

## **1.2 Fokus Penelitian**

Sebagai sebuah bisnis UMKM yang masih baru merintis harus mempunyai daya saing yang mampu membuat bisnis ini terus ada dan dikenal masyarakat. Fokus penelitian yang diarahkan pada cara bisnis ini memberikan kualitas pelayanan sehingga menyebabkan pelanggan merasa puas dan melakukan pembelian ulang dikemudian hari.

### 1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan fokus penelitian yang sudah dijelaskan diatas, maka perumusan masalah didalam penelitian ini yaitu:

- a. Bagaimana kualitas pelayanan UMKM Stiker Custom Eagle Decal di Kabupaten Bandung?
- b. Bagaimana Kepuasan Pelanggan UMKM Stiker Custom Eagle Decal di Kabupaten Bandung?
- c. Bagaimana kualitas pelayanan mampu meningkatkan kepuasan pelanggan UMKM Stiker Custom Eagle Decal di Kabupaten Bandung?

### 1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Mengetahui bagaimana kualitas pelayanan UMKM Stiker Custom Eagle Decal di Kota Bandung.
- b. Mengetahui bagaimana Kepuasan Pelanggan UMKM Stiker Custom Eagle Decal di Kabupaten Bandung.
- c. Mengetahui bagaimana kualitas pelayanan mampu meningkatkan kepuasan pelanggan UMKM Stiker Custom Eagle Decal di Kabupaten Bandung.

### 1.5 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian yang dilakukan sebagai berikut:

1. Sebagai masukan kepada perusahaan (Owner) dalam meningkatkan kinerja dan memberikan pelayanan terbaik terhadap pelanggan.

2. Sebagai referensi penelitian selanjutnya khususnya Ilmu Administrasi Bisnis yang mengambil topik sejenis berkaitan dengan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

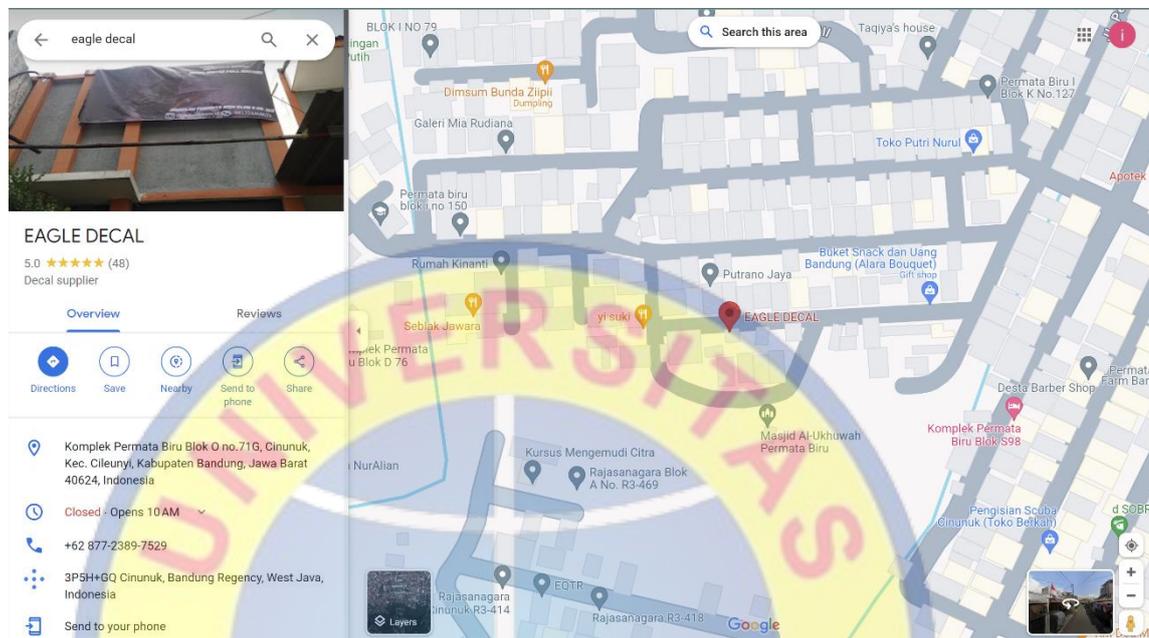
### 1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini dengan metode atau pendekatan kualitatif sebagai berikut:

- BAB I PENDAHULUAN, terdiri dari latar belakang penelitian, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, sistematika penulisan, lokasi dan waktu penelitian.
- BAB II TINJAUAN PUSTAKA, terdiri dari rangkuman teori, penelitian terdahulu yang relevan, dan kerangka pemikiran.
- BAB III METODE PENELITIAN, terdiri dari pendekatan penelitian, subjek dan objek penelitian, informan kunci, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan teknik keabsahan data.
- BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN, terdiri dari obyek penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan hasil penelitian.
- BAB V PENUTUP, terdiri dari simpulan dan rekomendasi.

## 1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

### 1.7.1 Lokasi Penelitian



**Gambar 1. 3 Peta Lokasi Penelitian**

Sumber: Google Maps 2024

Lokasi penelitian berada di Desa Cinunuk Kab. Bandung Jawa Barat. Peneliti memilih tempat ini sebagai tempat penelitian karena peneliti tertarik untuk meneliti tentang usaha stiker motor custom Eagle Decal dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.

### 1.7.2 Waktu Penelitian

Penelitian yang dilakukan sampai pada tahap pengolahan hasil penelitian menghabiskan waktu sekitar tiga bulan. Waktu yang cukup lama dalam meneliti juga mengolah dikarenakan peneliti ingin hasil dari penelitian ini baik dan akurat, yang akan di paparkan dalam tabel sebagai berikut:

**TABEL 1.1**  
**JADWAL PENELITIAN**

No.	Jenis Kegiatan	Tahun Dan Bulan Pelaksanaan Penelitian															
		April				Mei				Juni				Juli			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.	Penyusunan Proposal																
2.	Bimbingan Proposal																
3.	Mengajukan Judul																
4.	Persiapan penelitian																
5.	Melaksanakan penelitian																
6.	Revisi judul proposal																

