

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Pasar merupakan suatu usaha untuk memenuhi kebutuhan dengan memberikan kualitas pelayanan yang sebaik mungkin terhadap apa yang diperlukan konsumen. Di era globalisasi persaingan semakin ketat dan kompetitif membuat pelaku pasar lebih berpacu dan terus bersaing untuk dapat bertahan di dunia bisnisnya, karena pelaku bisnis tidak saja dari dalam negeri tetapi juga luar negeri. Di pasar yang sudah ada, terlalu banyak produk dan jasa dengan berbagai keunggulan serta nilai lebih yang ditawarkan oleh para pesaing, sehingga sulit bagi perusahaan untuk merebut pangsa pasar pesaing. Dan alternatif yang lebih baik adalah perlunya melakukan berbagai upaya mempertahankan pasar yang sudah ada melalui usaha meningkatkan kepuasan konsumen serta memberikan nilai lebih berupa pelayanan yang sesuai harapan maupun tuntutan dari konsumen secara terus – menerus.

Perkembangan teknologi informasi pada zaman sekarang sangatlah maju, sehingga dengan seiring berjalannya waktu teknologi informasi merupakan kebutuhan yang sangat pokok, karena teknologi pada zaman sekarang sangat banyak digunakan untuk membantu memenuhi kebutuhan kegiatan manusia dalam kehidupan kesehariannya. Salah satu dari teknologi Informasi yang sangat maju yakni Internet, dengan Internet kita dapat memperoleh berbagai informasi dan memberikan informasi apapun dengan mudah. Internet juga memiliki manfaat besar sebagai peluang

bisnis dan usaha.<sup>1</sup>Salah satu bisnis yang sedang berkembang saat ini adalah *Event Organizer*.

Konsumen pada umumnya mengharapkan barang atau jasa yang di konsumsinya dapat diterima dan dirasakan dengan pelayanan yang terbaik, karena konsumen akan membandingkan layanan yang diberikan oleh perusahaan dengan layanan yang dia inginkan. Apabila konsumen merasa puas, maka konsumen akan kembali menggunakan jasa perusahaan kembali, sedangkan apabila sebaliknya konsumen tidak merasa puas dengan layanan yang diberikan maka bisa saja pelanggan akan beralih kepada perusahaan yang lain.

Pada dasarnya kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima (*perceived services*) dengan tingkat pelayanan yang diharapkan (*expected services*). Bagi perusahaan kuncinya adalah menyesuaikan atau melebihi harapan mutu jaa yang diinginkan konsumen. Kepuasan konsumen akan terpenuhi apabila proses penyampaian jasa dari si pemberi jasa kepada konsumen sesuai dengan apa yang dipersepsikan oleh konsumen. Kualitas layanan dalam sebuah perusahaan dapat menentukan berlangsungnya ikatan perusahaan dan konsumen. Menurut Wyckof kualitas layanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsumen.<sup>2</sup> Berbagai faktor sebagai : subyektifitas pemberi jasa, keadaan psikologis, lingkungan

---

<sup>1</sup> Akadun, *Teknologi Informasi Administrasi*, (Bandung: Alfabeta, 2009), 121

<sup>2</sup>Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Edisi 2, (Yogyakarta: Andi, 2004), hlm. 59.

turut mempengaruhi sehingga jasa sering disampaikan dengan cara yang berbeda dengan yang dipersepsikan oleh konsumen. Kepuasan konsumen adalah sebuah inti dari pemasaran, dan pemasaran adalah ujung tombak dari setiap jenis usaha bisnis. Pengelola lembaga bisnis perlu merubah pola pikir dari orientasi produksi ke orientasi pemasaran dengan penekanan utama pada kepuasan konsumen.

Jadi dapat disimpulkan kualitas layanan merupakan suatu usaha yang dilakukan perusahaan dengan memberikan pelayanan sebaik mungkin untuk memenuhi kebutuhan konsumennya sehingga akan menimbulkan kepuasan tersendiri pada konsumennya yang menerima

Kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa dari konsumen yang berasal dari perbandingan antara kinerja perusahaan dengan harapannya. Konsumen yang puas akan melakukan pembelian ulang diperusahaan tersebut dan mereka akan merekomendasikan pada orang lain atas apa yang mereka rasakan. Kepuasan konsumen merupakan faktor yang sangat menentukan dalam citra perusahaan, kekecewaan konsumen dalam menerima layanan bisa menjadikan kehancuran perusahaan dimasa mendatang. Agar konsumen dapat dipertahankan, tentu harus dilakukan layanan optimal bagi konsumen dan untuk menciptakan kepuasan konsumen perusahaan dituntut untuk melakukan berbagai perubahan dalam hal ketersediaan sumber daya manusia, mutu layanan, maupun gedung yang bersih dan nyaman. berbagai perubahan tersebut diharapkan dapat menciptakan kepuasan konsumen. Sedangkan menurut

Ekonomi Islam, konsumen dalam memenuhi kebutuhannya cenderung untuk memilih barang dan jasa yang memeberikan masalah maksimum. Kecenderungan memilih ditentukan oleh kebutuhan, keinginan, manfaat, berkah, keyakinan dan kehalalan.<sup>3</sup>

Kepuasan konsumen bukanlah hal yang yang asing didengar, diucapkan, dan dilaksanakan produsen atau penjual. Kepuasan konsumen sudah menjadi keharusan bagi perusahaan yang berorientasi pada Pasar atau Konsumen. Adapun perusahaan yang berjalan dan mengutamakan selalu menjaga kepuasan konsumen yaitu Perusahaan *Event Organizer*, antara lain sebagai berikut dan perbedaannya:

**Tabel 1.1**

**Perbedaan *Event Organizer B.Creative* dan *Mob Organizer***

	<b>B-Creative</b>	<b>Mob Organizer</b>
Peralatan/perlengkapan	80% milik pribadi	50% milik pribadi , sisanya kerja sama
Gaji karyawan	Bulanan	Sekali event
Insentive/ bonus	Presentasi dari laba	Kebijakan manajemen
Tahun berdiri	-+ 15 tahun	-+ 8 tahun
Sistem kerjasama	50% DP sisa H-7 pelaksanaan	65% DP sisa H-7 pelaksanaana
Pengelolaan event	WO, Birtday Party, Gathering, Musik, Seminar, Bazar	Gathering, Music, Musik, bazar

Sumber :B.Creative Kediri dan Mob Organizer 2018

<sup>3</sup>Pusat Pengkajian Dan Pengembangan Ekonomi Islam (PSEI), Universitas Islam Indonesia Yogyakarta atas kerja sama dengan bank Indonesia Ekonomi Islam (Jakarta: PT. Raja Grapindo , 2008), hlm. 28.

Dari perbedaan itulah peneliti mengambil salah satu perusahaan dimana memang memiliki keunikan dibanding perusahaan lain dimana salah satu bidang usaha yang sangat memperhatikan kualitas pelayanan adalah B.Creative Kediri Event organizer yang berlokasi di jalan Kapten Piere Tendean No. 231-233, Desa Blabak , Kec. Pesantren , Kode Pos 64135 , Kota Kediri melayani Jasa Event Organizer , Launching, Gathering, Birthday, wedding organizer, dll. B.Creative Kediri berdiri sejak tahun 2001 yang merupakan sebuah inisiasi dari seseorang yang memiliki kreatifitas dan keuletan tinggi. Berdasarkan pengamatan yang dilakukan oleh peneliti di B.Creative Kediri, ternyata kepuasan konsumen semakin bertambah pada tiap tahunnya, dikarenakan kualitas pelayanan yang diberikan oleh B.Creative Kediri sangatlah baik. Misi dari B.Creative Kediri sendiri adalah memberikan solusi terbaik bagi semua klien. Berikut ini merupakan pertumbuhan B.Creative Kediri Event Organizer.

**Tabel 1.2**

**Pertumbuhan B.Creative Kediri Event Organizer**

**Dalam kurun waktu 4 tahun<sup>4</sup>**

No.	Tahun	Pendapatan @tahun	Jumlah event yang ditangani
1.	2014	Rp. 96.000.000,00	54
2.	2015	Rp. 120.000.000,00	65
3.	2016	Rp. 145.000.000,00	75
4.	2017	Rp. 169.000.000,00	80
<b>JUMLAH</b>			274

Sumber : B. Creative Kediri 2018

<sup>4</sup> Doni Susanto, Kepala B. Creative Event Organizer Kediri, 10 Mei 2018

Berdasarkan tabel 1.2 diatas dapat dilihat dalam kurun waktu 4 tahun pendapatan B.Creative Kediri mengalami fluktuasi. Yang dilihat dari tahun 2014 hingga tahun 2017. Pada tahun 2014 jumlah pendapatan pertahun mencapai Rp. 96.000.000,00 dengan jumlah event yang ditangani mencapai 54,selanjutnya pada tahun 2015 mencapai Rp. 120.000.000,00 dengan jumlah event 65,lalu pada tahun 2016 mencapai Rp. 145.000.000,00 dengan jumlah event 75, dan pada saat tahun 2017 B.Creative meraih pendapatannya mencapai Rp. 169.000.000,00 dengan jumlah event yang ditangani sebanyak 80.Dalam kenaikan pendapatan tidak bisa selalu diartikan melalui banyaknya event yang dikerjakan namun juga sebesar apa event yang dikerjakan sehingga keuntungan yang didapat berbeda dalam setiap event.

Hal inilah yang mendorong peneliti ingin lebih jauh lagi mengetahui tentang tingkat kepuasan konsumen setelah menerima pelayanan dari B.Creative Event Organizer Kediri yang merupakan sebuah usaha atau bisnis yang bergerak dalam bidang jasa dan selalu mengutamakan kualitas Pelayanannya. Dimana telah dijelaskan diatas bahwasanya B.Creative Event Organizer Kediri mengalami pertumbuhan yang cukup baik dari tahun 2014 sampai saat ini, dilihat dari total pendapatan yang terus meningkat setiap tahunnya. Dan dapat dilihat dari tingkat kepuasan konsumen yang saya rangkum dari beberapa perusahaan yang telah bekerja sama menggunakan jasa dari B.Creative *Event Organizer*.

Tabel 1.3

## Kepuasan Perusahaan

<b>Nama Kosumen</b>	<b>Jumlah penggunaan jasa</b>
<b>PT. sampoerna</b>	<b>4x dalam 1 tahun</b>
<b>Bengkel Café</b>	<b>2x dalam 1 tahun</b>
<b>Pemerintah Kota Kediri</b>	<b>6x dalam 1 tahun</b>
<b>PT. Gudang garam</b>	<b>6x dalam 1 tahun</b>
<b>Komunitas ASBAK</b>	<b>1x rutin setiap tahun</b>
<b>Bengkel Café</b>	<b>2x dalam 1 tahun</b>
<b>UMKM Kediri</b>	<b>2x dalam 1 tahun</b>
<b>Pemerintah Kab.Blitar</b>	<b>2x dalam 1 tahun</b>
<b>Bank Indonesia</b>	<b>Rutin setiap 1 tahun</b>
<b>Komunitas Food Truck</b>	<b>4x dalam 1 tahun</b>

Sumber : B.Creative Kediri 2018

Beberapa konsumen yang menggunakan jasa B.Creative *Event Organizer* lebih dari 1x dalam kurun waktu 1 tahun, dan masih banyak konsumen lain yang menggunakan lebih dari 1x jasa dari B.creative namun peneliti tidak mencantumkan lebih dikarenakan ntuk mempersingkat dan hanya memberikan sampel, untuk selanjutnya akan diberikan pada lampiran. Mulai dari sini peneliti juga menyebarkan angket untuk melihat alasan konsumen memilih B.creative untuk diajak kerjasama yaitu antara lain sebagai berikut :

**Tabel 1.4**  
**Hasil Observasi Awal**

No.	Keterangan	Jumlah responden
1.	Kualitas Produk	1 konsumen
2.	Kualitas Pelayanan	33 Konsumen
3.	Emosi	2 Konsumen
4.	Harga	2 Konsumen
5.	Biaya	2 Konsumen

Sumber : Konsumen B.Creative Kediri

Dari Tabel 1.4 menunjukkan bahwa didapatkan data konsumen yang merasa tertarik dengan memilih faktor kualitas pelayanan berjumlah 33 orang. Tersisa 1 orang konsumen memilih faktor kualitas produk dan 2 orang masing-masing memilih faktor emosi, harga dan biaya. Dapat disimpulkan bahwa 33 orang dari 40 orang konsumen B.Creative *Event Organizer* Kediri merasa puas dengan kualitas pelayanan.

Kualitas adalah suatu keadaan dinamis produk manusia atau tenaga kerja, proses dan tugas serta lingkungan yang memenuhi atau bahkan melebihi harapan dari konsumen.<sup>5</sup> Pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui tindakan atau aktivitas orang lain secara langsung. Pelayanan tersebut dapat berupa kemampuan kecepatan, hubungan, kemudahan, dan keramahtamahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan.

Kualitas pelayanan adalah segala bentuk tindakan yang dilakukan oleh suatu lembaga atau perusahaan yang berguna untuk memenuhi

---

<sup>5</sup> M.N. Nasution, *Manajemen Mutu Terpadu* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2001), 16.



harapan konsumen. Dengan cara memperhatikan kebutuhan pelanggan akan menjadi kekuatan dalam urusan pelayanan.<sup>6</sup> Kemampuan untuk selalu mengemas ulang cara memberikan pelayanan akan menentukan keberhasilan di masa depan. Mereka yang dapat terus menerus mendefinisikan pekerjaannya sesuai dengan perubahan akan selalu tumbuh subur dan makmur. Mereka yang tidak, akan terlindas dalam arus persaingan.<sup>7</sup>

Usaha yang dilakukan untuk mempertahankan kepuasan konsumen, B.Creative *Event Organizer* Kediri memberikan pelayanan kepada konsumen meliputi konsultasi mengenai penyesuaian Konsep dengan Budgeting,. Sementara kualitas produk adalah segala suatu yang dapat ditawarkan kepada konsumen untuk dapat dimiliki, dimanfaatkan, atau dikonsumsi untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen. Produk yang dimaksud dalam penelitian ini adalah program zakat yang terdapat di Kotak Amal Indonesia cabang Kediri. Program zakat merupakan sesuatu hal yang dapat dijadikan sebagai sarana pengembangan aspek ekonomi yang pendanaan utamanya bersumber dari zakat, infaq, dan shadaqah sehingga dapat mewujudkan masyarakat yang sejahtera.

Kualitas pelayanan pada B.creative *Event Organizer* Kediri dapat dijadikan untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen. Hal tersebut dapat diperoleh dari cara pelayanan yang telah diterima oleh konsumen dengan

---

<sup>6</sup> J. Supranto, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar* (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), 237.

<sup>7</sup> M.Taufik Amir, *Pemasaran Sektor Publik Edisi Bahasa Indonesia* (Jakarta: Indeks, 2007), 187.

apa yang diharapkan oleh konsumen. Jenis kualitas pelayanan dapat dikatakan berhasil apabila terdapat pelayanan yang memuaskan sehingga sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen. Sedangkan kualitas pelayanan yang buruk adalah pelayanan yang diberikan jauh di bawah standar atau tidak sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen.

Berdasarkan uraian masalah diatas maka penulis tertarik melakukan penelitian untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di B.Creative *Event Organizer* Kediri. Serta mengkaji secara ilmiah dalam bentuk skripsi yang berjudul: **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN DONATUR PADA B.CREATIVE EVENT ORGANIZER KEDIRI”**.

## **B. Rumusan masalah**

berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan maka dapat penulis rumuskan permasalahan yaitu :

1. Bagaimana kualitas pelayanan pada B.Creative event organizer Kediri ?
2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada B.Creative event organizer Kediri ?
3. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada B.Creative event organizer Kediri ?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan pada B.Creative event organizer Kediri.

2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada B.Creative event organizer Kediri.
3. Untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan konsumen pada B.Creative event organizer Kediri.

#### **D. Manfaat penelitian**

Hasil penelitian ini dapat bermanfaat :

##### **1. Bagi akademisi**

Sebagai bahan referensi untuk penelitian dibidang kualitas jasa dimasa yang akan datang dan sebagai bahan untuk menambah khasanah pustaka dibidang pemasaran berdasarkan penerapan yang ada dalam kenyataan.

##### **2. Bagi B.Creative Event Organizer Kediri**

Dapat dijadikan sebagai sumber informasi untuk meningkatkan kualitas pelayanan supaya lebih memuaskan konsumen serta untuk mempertahankan tingkat pelayanan yang menguntungkan dimasa kini dan dimasa yang akan datang. Hasil penelitian ini juga membantu pihak B.creative Kediri apabila ingin meningkatkan kepuasan konsumen dengan menekankan pada dimensi – dimensi *service quality* yang paling signifikan berpengaruh pada kepuasa konsumen.

#### **E. Telaah Pustaka**

Masalah terkait dengan penelitian ini penulis menemukan karya tulis yaitu :

1. Zhendy Vita Pertiwi program studi *Mice*, Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Medan, Penelitiannya berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Peserta pada *Event Pertamina Meeting and Gathering* di Lombok. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan peserta *Event Pertamina Meeting and Gathering* di Lombok.

Penelitian ini memiliki kesamaan dan perbedaan dengan penelitian yang akan diteliti. Persamaannya terletak pada metode yang digunakan yaitu metode kuantitatif dan variabel yang digunakan juga sama yaitu kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen. Perbedaannya terdapat pada objek penelitian yakni pada event Pertamina di Lombok, sedangkan penelitian yang akan peneliti lakukan adalah B.Creative Event Organizer Kediri.

2. Yosef Elisa Peter Tapiheru Fakultas Psikologi Universitas Katolik Soegijapranata, Semarang. Penelitiannya berjudul Kepuasan Konsumen Terhadap EO (*Event Organizer*) Maxima Production Ditinjau dari Persepsi Terhadap Kualitas Pelayanan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana kepuasan konsumen pada Maxima Production dilihat dari kualitas pelayanannya adakah pengaruh positifnya.

Penelitian memiliki kesamaan yaitu menggunakan variabel kepuasan konsumen dan kualitas pelayanan, perbedaannya yaitu tempat atau objek penelitiannya, dimana Yosef mengambil objek di

Maxima Production, sedangkan peneliti mengambil objek di B.Creative Event Organizer Kediri.

3. Bayu Rachmadi Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom, Penelitiannya yang berjudul Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kaizen *Wedding and Event Organizer* Bandung. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Penelitian ini memiliki kesamaan dan perbedaan dengan penelitian yang akan diteliti. Persamaannya terletak pada metode yang digunakan yaitu metode kuantitatif dan variabel yang digunakan juga sama yaitu kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen. Perbedaannya terdapat pada objek penelitian yakni pada Kaizen *Wedding and Event Organizer* Bandung. Sedangkan penelitian yang akan diteliti dilakukan di B.Creative *Event Organizer* Kediri.

## **F. Hipotesis**

Hipotesis adalah pernyataan yang diterima secara sementara sebagai sesuatu kebenaran sebagaimana adanya, pada saat fenomena dikenal dan merupakan dasar kerja serta panduan dalam verifikasi. Hipotesis merupakan keterangan sementara dari hubungan fenomena – fenomena yang kompleks, oleh karena itu hipotesis tidak lain dari jawaban

sementara masalah penelitian yang kebenarannya harus diuji secara empiris.<sup>8</sup> Dalam penelitian ini hipotesis penelitiannya sebagai berikut :

1. Hipotesa Alternatif ( $H_a$ )

Terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada B. *Creative Event Organizer* Kediri.

2. Hipotesa Nol ( $H_0$ )

Tidak terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada B. *Creative Event Organizer* Kediri.

---

<sup>8</sup>Moh. Nazir, *Metode Penelitian* (Bogor : Ghalia Indonesia, 2014), 132