

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) atau Usaha Kecil Menengah (UKM) dalam pertumbuhan perekonomian suatu negara dinilai penting. Kriteria UMKM Menurut Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), usaha kecil didefinisikan sebagai kegiatan ekonomi produktif yang berdiri sendiri. Usaha ini dilakukan perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar serta memenuhi kriteria lain.

UMKM terbagi menjadi beberapa kriteria yaitu usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah. Usaha mikro adalah usaha milik perorangan, terdapat Undang – Undang yang telah mengatur kriteria usaha mikro yaitu : maksimal pendapatan setiap tahunnya tidak lebih dari Rp 50 juta. Usaha kecil merupakan usaha yang dikelola oleh perorangan atau badan usaha perorangan dan tidak dikuasai oleh usaha menengah atau usaha besar. Undang – Undang yang mengatur kriteria usaha menengah yaitu : kekayaan bersih yang tidak lebih dari Rp 50 juta hingga Rp 500 juta dan jumlah penjualan senilai Rp 300 juta hingga Rp 2,5 miliar.

Usaha menengah adalah usaha ekonomi yang bersifat produktif yang dikelola oleh perorangan dan bukan anak perusahaan menengah maupun besar. Kriteria yang diatur dalam undang – undang yaitu : jumlah kekayaan minimal Rp 500 juta di luar kekayaan tanah dan bangunan dan pendapatan penjualan minimal Rp 2,5 miliar per tahun.

Terdapat keunggulan dari bisnis usaha mikro dan kecil menengah dimana keunggulan tersebut sulit didapatkan di level bisnis raksasa (perusahaan). Salah satu keunggulan yang utama adalah kemudahan dalam mengadopsi inovasi dalam bisnis, terutama dalam bidang teknologi. Adopsi teknologi terbaru menjadi lebih mudah dilakukan untuk meningkatkan pertumbuhan bisnis UMKM karena tidak memiliki birokrasi yang berbelit dan sistem yang rumit.

Hadirnya Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Indonesia tidak dapat dihapuskan atau dihindarkan dari masyarakat saat ini. Dimulai dengan aktivitas pagi hari ketika mencari makanan untuk sarapan atau kue-kue makanan ringan yang dijual UMKM, lalu membeli kebutuhan pokok di warung terdekat rumah, yang juga adalah UMKM. Selain kemudahan aplikasi teknologi, keunggulan dalam faktor hubungan antar karyawan karena lingkungannya lebih kecil, dan fleksibilitas untuk menyesuaikan bisnis dengan kondisi pasar yang dinamis. Jurnal **(Rizaldi & Linasari, 2021:54)** menjelaskan bahwa dengan datangnya era revolusi 4.0 yang mengintegrasikan lingkungan fisik, digital, dan biologis, di mana terjadi perubahan mendasar dalam cara

kerja manusia. Maka kreativitas serta inovasi pun berkembang pada semua sektor, terutama UMKM saat ini.

Di era digital saat ini, yang tidak memiliki toko serta hanya memasarkan produknya secara online di media sosial, dan belum memiliki perizinan usaha. Dengan hadirnya keberadaan sektor UMKM diharapkan mampu memberikan dampak yang sangat penting dalam pertumbuhan ekonomi nasional, karena UMKM memiliki kontribusi yang sangat besar dan krusial bagi perekonomian nasional secara makro. Hal tersebut diperkuat dengan adanya data yang bersumber dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (KemenkopUKM) bulan Maret 2021, jumlah UMKM mencapai 64,2 juta dengan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto sebesar 61,07 persen atau senilai Rp8.573,89 triliun.

Persaingan bisnis UMKM yang semakin ketat, menuntut para pengusaha penghasil produk atau produsen menghasilkan produk dengan kualitas baik. Apabila produsen sudah mampu menghasilkan produk atau jasa dengan kualitas yang baik, maka akan berdampak pada kepuasan konsumen, serta menarik minat konsumen karena dalam memakai suatu produk mempunyai harapan bahwa barang atau produk tersebut memiliki kondisi yang baik dan terjamin serta sesuai dengan harapan.

Bisnis usaha dekorasi merupakan jenis usaha yang tidak boleh dipandang sebelah mata. Seni menghias yang berakar dari kreativitas dalam mewujudkan kepribadian seseorang dalam tata letak dan bentuk ini bisa menjadi bisnis yang menguntungkan. Umumnya dekorasi berkaitan dengan pesta, penyedia ruangan akan mempercantik

ruangan atau tempat agar terlihat menarik dan banyak pengunjung yang terkesan dengan dekorasi yang bagus. Dekorasi dengan bidang interior bangunan berarti tatanan perabot dan perlengkapan lainnya yang serasi dan menarik untuk di lihat. Menghias tempat atau ruangan bisa di lakukan sendiri atau meminta bantuan desainer ruangan untuk menata.

Usaha jenis dekorasi ini tidak akan pernah lekang oleh waktu. Hampir setiap orang melakukan acara – acara penting seperti pernikahan. Pernikahan hampir terjadi setiap hari, yang dapat dilihat dari banyaknya antrian yang ada di gedung – gedung persewaan pengantin atau pernikahan yang dilangsungkan di rumah masing – masing. Dan hal ini dapat dipastikan mereka memerlukan jasa dekorasi. Sudah banyak usaha yang bergerak dibidang ini dari kelas ekonomi bawah hingga kelas menengah atas.

Mendekorasi suatu ruangan atau suatu acara harus berdasarkan dengan tema atau kepribadian. Misalnya mendekorasi kamar maka akan disesuaikan dengan kepribadian pemakai kamar. Begitu juga dalam suatu acara misalnya pernikahan yang tentunya harus berdasarkan tema yang di inginkan konsumennya. Terdapat 2 jenis dekorasi yaitu dekorasi interior dan dekorasi eksterior.

Dekorasi interior merupakan jenis dekorasi yang berada di dalam ruangan. Contoh jenis dekorasi dalam ruangan adalah bangunan Gedung yang disewa lalu kemudian di dekor dan dihiasi sesuai dengan tema yang mendukung acara. Misalnya dekorasi acara pernikahan, wisuda, acara ulang tahun, atau kegiatan kantor. Kelebihan dari dekorasi interior dalam gedung seperti ini adalah tidak perlu khawatir ketika

terjadinya hujan atau angin. Namun kekurangannya adalah ketika banyak tamu / pengunjung yang membludak maka tempat akan menjadi penuh dan terasa sempit.

Jenis dekorasi yang kedua adalah dekorasi ekterior. Dekorasi eksterior merupakan jenis dekorasi yang berada dalam luar ruangan. Contoh dekorasi eksterior yaitu taman, pantai, hutan, hingga tempat – tempat terbuka yang tidak tertutup. Jenis dekorasi ini biasanya populer untuk mengadakan acara formal seperti acara – acara perusahaan yang mengharuskan kegiatan dilakukan di luar ruangan. Namun jika ingin melakukan jenis dekorasi ini, maka harus mempertimbangkan cuaca dan tidak dimusim hujan.

Rytedesign merupakan usaha menengah yang bergerak di bidang event designer (dekorasi) yang ada di kota Bandung. Rytedesign juga membuat produk berupa invitation (surat undangan), hampers, dan aesthetic needs (kebutuhan barang – barang estetik). Spesialisasi jenis dekorasi yang dilakukan oleh rytedesign adalah table decor. Table decor merupakan dekorasi yang dibuat untuk di tengah meja dengan tujuan suatu tempat dapat terlihat lebih hangat atau lebih cantik.

Promosi secara online adalah suatu terobosan baru dalam dunia bisnis saat ini. Jurnal (**Susilawati & Dhaniawaty, 2019:45**) menjelaskan promosi online adalah satu cara untuk memasarkan produk secara online dan merupakan cara baru untuk dapat memperluas cakupan target konsumen. Promosi online yang dilakukan oleh rytedesign yaitu menggunakan platform media sosial Instagram dan Youtube agar orang atau calon konsumennya bisa mencari tau dan melihat karya dekorasi yang dibuatnya.

Pemasaran yang dilakukan di media sosialnya tidak berhubungan dengan jual – beli secara langsung, namun memasarkan karyanya dalam bentuk postingan, gambar dan video di kedua media platform tersebut. Karya dan konten yang dipasarkannya berhubungan erat dengan jasa dan produk yang mereka jual.

Kepuasan Konsumen merupakan kunci dalam menciptakan kualitas layanan usaha rytedesign. Banyak manfaat yang diterima oleh perusahaan dengan brand image yang kuat diantaranya yaitu tingkat loyalitas minat beli yang tinggi, tidak hanya sekedar melakukan pembelian atas barang dan jasa tetapi mereka berpotensi untuk merekomendasikan brand kepada lingkungan sekitarnya.

Kepuasan konsumen yang muncul dari diri konsumen sangat penting bagi rytedesign karena dapat memberikan manfaat yang baik bagi usahanya, bukan hanya faktor internal seperti arus keuangan yang lancar maupun jenis produk dan jasa yang di jual namun faktor eksternal pun mampu mempengaruhi keberhasilan sebuah usaha salah satu nya adalah konsumen.

Dari fenomena diatas, penulis terlebih dahulu menyebarkan survei awal sebanyak 30 kuesioner kepada 30 responden secara langsung kepada konsumen rytedesign yang menggunakan jasa dekorasinya.

Tabel 1.1
Survei Awal Variabel (Y) Kepuasan Konsumen

No	Pernyataan	Jawaban	
		Ya	Tidak
Kesesuaian Harapan			
1.	Apakah anda merasa hasil dekorasi yang dibuat oleh rytedesign telah sesuai dengan keinginan?	57,1%	42,9%
2.	Apakah anda merasa puas dengan perhatian serta pelayanan yang diberikan oleh pihak rytedesign?	66,7%	33,3%
Sikap Loyal			
1.	Apakah anda berminat kembali untuk menggunakan jasa dekorasi di rytedesign?	23,8%	76,2%
Minat Merekomendasi			
1.	Apakah anda berniat untuk merekomendasikan dekorasi rytedesign kepada orang lain ?	81%	19%

Dari hasil survei Kepuasan Konsumen di atas ditemukan sebanyak 76,2% responden belum berminat kembali untuk menggunakan jasa dekorasi rytedesign dikarenakan spesialisasi dekorasi rytedesign adalah table decor, yang dimana table decor adalah jenis dekorasi yang berfokus pada tampilan dekor meja. Sedangkan konsumen tidak selalu ingin dekorasi table decor, konsumen memiliki kebutuhan lain untuk mendekor tempat/acaranya. Maka dari itu konsumen tidak berminat kembali memilih menggunakan rytedesign sebagai pilihan utama karena konsumen memiliki keinginan/ selera yang berbeda untuk mendekorasi acara/tempatnya.

Tabel 1.2
Survei Awal Variabel (X) Kualitas Layanan

No	Pernyataan	Jawaban	
		Ya	Tidak
Tampilan Fisik (Tangible)			
1.	Apakah hasil dekorasi yang dibuat rytedesign memperindah suatu tempat?	90%	10%
2.	Apakah proses melakukan dekorasi sesuai tepat waktu dengan yang dijanjikan?	73,3%	26,7%
3.	Apakah hasil dekorasi yang diinginkan oleh konsumennya telah sesuai?	73,3%	26,7%
Kehandalan (Realibility)			
1.	Apakah seluruh karyawan rytedesign melayani dengan teliti?	70%	30%
2.	Apakah seluruh karyawan jujur dalam melayani konsumen?	56,5%	43,3%
Daya Tanggap (Responsiveness)			
1.	Apakah respon komunikasi yang dilakukan baik kepada konsumen?	73,3%	26,7%
Jaminan (Assurance)			
1.	Apakah rytedesign memberikan jaminan jasa kepada konsumen?	40%	60%
2.	Apakah rytedesign memahami konsep yang diinginkan konsumen?	80%	20%
Empati (Empathy)			
1.	Apakah rytedesign mengutamakan kepentingan acara konsumennya?	63,3%	36,7%
2.	Apakah karyawan rytedesign memberikan perhatian pada konsumen?	76,7%	23,3%

Sumber: Data yang telah diolah oleh penulis, 2021

Dari hasil survei Kualitas Layanan di atas, ditemukan 60% responden merasa tidak ada jaminan jasa dari rytedesign. Hal ini dikarenakan sistem dari rytedesign itu lebih banyak menyewakan barang dekorasinya kepada konsumen, maka jika ada kehilangan atau kerusakan pada produk dekor, rytedesign sudah membuat kesepakatan awal bahwa jika ada barang yang hilang atau rusak akan diganti oleh konsumen.

Dengan adanya permasalahan diatas diperlukan analisis lebih dalam mengenai pengaruh kualitas layanan terhadap minat menggunakan jasa. Maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian ini, dan dalam rangka kegiatan penelitian ini, penulis mengambil judul **“Pengaruh Kualitas Layanan Kepuasan Konsumen (Survei Pada Konsumen Rytedesign Kota Bandung)**

1.2. Identifikasi dan Rumusan Masalah

1.2.1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan survei awal yang telah dilakukan oleh penulis, maka indentifikasi masalah yang diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Konsumen rytedesign belum berminat kembali menggunakan jasa dekorasi rytedesign ini dikarenakan spesialisasi dekorasi rytedesign adalah table dekor, yang dimana table decor adalah jenis dekorasi yang berfokus pada tampilan dekor meja. Sedangkan konsumen tidak selalu ingin dekorasi table decor, konsumen memiliki kebutuhan lain untuk mendekor tempat/acaranya
2. Kurangnya jaminan terhadap konsumen rytedesign, ini dikarenakan sistem dari rytedesign itu lebih banyak menyewakan barang dekorasinya kepada konsumen,

maka jika ada kehilangan atau kerusakan pada produk dekor, rytedesign sudah membuat kesepakatan awal bahwa jika ada barang yang hilang atau rusak akan diganti oleh konsumen.

1.2.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan hasil penelitian awal dapat disimpulkan bahwa rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana tanggapan dari responden Kepuasan Konsumen di dekorasi rytedesign Kota Bandung?
2. Bagaimana tanggapan dari responden mengenai kualitas layanan yang diberikan di dekorasi dekorasi rytedesign Kota Bandung?
3. Seberapa besar dampak dari Pengaruh Kualitas layanan terhadap Kepuasan Konsumen di dekorasi rytedesign Kota Bandung?

1.3.Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1. Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap minat menggunakan jasa rytedesign Kota Bandung.

1.3.2. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam melaksanakan penelitian tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui tanggapan dari responden tentang kepuasan konsumen di dekorasi rytedesign Kota Bandung.

2. Untuk mengetahui tanggapan dari responden tentang kualitas layanan di dekorasi rytedesign Kota Bandung.
3. Untuk mengetahui seberapa besar dampak dari pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen di dekorasi rytedesign Kota Bandung.

1.4.Kegunaan Penelitian

1.4.1. Kegunaan Praktis

Dalam pelaksanaan penelitian tugas akhir ini, memiliki kegunaan bagi pihak peneliti dan pihak pendukung dalam menyusun tugas akhir ini yaitu bagi peneliti pribadi dan bagi perusahaan tempat peneliti melakukan penelitian. Berikut merupakan kegunaan penelitian tugas akhir yang disusun peneliti.

1. Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi perusahaan yang diteliti dan dapat menjadikan penelitian ini sebagai masukan informasi untuk dijadikan sebagai bahan evaluasi serta jalan keluar atas permasalahan yang berhubungan dengan pengaruh pengalaman kualitas layanan terhadap minat menggunakan jasa.

2. Pihak Terkait

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai informasi tambahan bagi pihak yang memiliki permasalahan dengan lingkup yang serupa dalam hal pengaruh pengalaman pelanggan terhadap keputusan pembelian sebagai topik yang dibahas oleh penulis.

3. Pihak Lain

Hasil penelitian ini diharapkan bisa dijadikan acuan bagi perusahaan yang bergerak di bidang yang serupa.

1.4.2. Kegunaan Teoritis

1. Bagi Ilmu Pengetahuan

Kegunaan penelitian ini dalam bidang pengembangan ilmu adalah untuk mengimplementasikan ilmu baru dalam bidang pemasaran yang bermanfaat dalam hal pengaruh pengalaman pelanggan dalam hal mengambil sebuah keputusan pembelian.

2. Bagi Penelitian

Kegunaan penelitian ini bagi peneliti adalah sebagai indikator untuk mengembangkan kemampuan dalam melakukan penelitian, meningkatkan skill dalam melakukan penelitian dan sebagai bahan evaluasi terhadap skill dan kemampuan peneliti dalam melakukan penelitian.

3. Bagi Peneliti Lain

Kegunaan penelitian ini bagi peneliti lain adalah dapat menjadi salah satu referensi bagi peneliti yang akan melakukan penelitian.

1.5.Lokasi dan Waktu Penelitian

1.5.1. Lokasi Penelitian

Penelitian tugas ini dilakukan di rytedesign yang beralamatkan Jl. Haji Samsudin no. 10, Kota Bandung, Jawa Barat.

