

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Penurunan permintaan mengakibatkan suatu usaha mengalami penurunan pendapatan. Untuk mencegah penurunan permintaan perlu memerhatikan faktor-faktor yang memengaruhi. Faktor tersebut yang digunakan sebagai tolak ukur dalam pengembangan usaha Butik Le'Christ. Butik Le'Christ merupakan usaha industri rumah yang bergerak di bidang produksi baju pesta secara *custom*. Dikatakan oleh pemilik Butik Le'Christ dalam wawancara yang telah dilakukan, bahwa terjadi penurunan permintaan pada butik tersebut. Dikatakan pada bulan November 2021, jumlah permintaan dari pelanggan sebesar 52 buah. Sedangkan pada bulan Desember 2021, jumlah permintaan dari pelanggan sebesar 41 buah. Kemudian pada bulan Januari 2022, jumlah permintaan dari pelanggan sebesar 23 buah. Dapat terlihat dari ketiga bulan tersebut bahwa jumlah permintaan dari pelanggan mengalami penurunan sebesar 21,15% untuk bulan November hingga Desember dan 43,90% untuk bulan Desember hingga Januari.

Berdasarkan permasalahan tersebut, kemudian dilakukan wawancara lebih lanjut mengenai hal-hal yang menjadi faktor penyebabnya. Dikatakan oleh pemilik Butik Le'Christ, bahwa menurunnya jumlah permintaan produk dari konsumen disebabkan oleh banyak permasalahan. Pertama, menurunnya tingkat perekonomian konsumen yang disebabkan oleh pandemi selama penelitian dilakukan. Kedua, kurangnya loyalitas dari konsumen terhadap Butik Le'Christ. Loyalitas konsumen yang dimaksud, yakni jika terjadi *repeat order* dari konsumen yang sama dalam jangka waktu yang tidak ditentukan karena bergantung dengan kondisi konsumen. Berdasarkan wawancara dan observasi yang telah dilakukan, kurangnya loyalitas ini disebabkan oleh dua hal. Kedua faktor tersebut yakni kurangnya kualitas produk hasil jadi dan pelayanan jasa dari Butik Le'Christ.

Pada hasil *review* konsumen pada akun sosial media dari Le'Christ, seperti *Instagram* dan *Google Review*, dikatakan bahwa konsumen cukup puas dengan hasil produk dari Butik Le'Christ. Akan tetapi, diakui oleh pemilik butik dalam wawancaranya, bahwa konsumen tidak pernah mengeluh. Namun terdapat keluhan dari kerabat dekat mengenai pelayanan jasa yang diberikan. Kerabat dari pemilik mengatakan bahwa proses pemesanan dan pembuatan produk

tergolong lama. Lamanya proses pembuatan produk tersebut tergolong sebagai indikator pada kualitas pelayanan jasa.

Melihat hal ini, kemudian dilakukan survei pendahuluan terhadap 35 pelanggan lama dari Le'Christ. Namun, terdapat 5 hasil survei yang tidak valid, karena responden mengaku belum pernah menggunakan vendor Le'Christ. Survei dilakukan dengan mempertimbangkan lima dimensi SERVQUAL menurut Parasuraman dkk. (1988), yakni *tangible*, *empathy*, *reliability*, *responsiveness*, dan *assurance*. Berdasarkan hasil kuesioner tersebut, diketahui bahwa terdapat selisih atau *gap* antara kondisi saat ini dengan harapan dari konsumen pada masing-masing dimensi yang dipertimbangkan.

Pada dimensi *tangibles* terdapat *gap* sebesar -0,09 pada indikator kondisi kemasan produk. Pada dimensi *reliability* terdapat *gap* sebesar -0,04 pada indikator inovasi desain yang ditawarkan. Pada dimensi *responsiveness* terdapat *gap* sebesar -0,40 pada indikator cara pemilik jasa membalas pesan di sosial media dan *gap* sebesar -0,11 pada indikator proses pelayanan pembuatan desain. Pada dimensi *assurance* terdapat *gap* sebesar -0,26 pada indikator jaminan dari pemilik jasa terhadap produk hasil. Pada dimensi *empathy* terdapat *gap* sebesar -0,04 pada indikator cara pemilik jasa mendengarkan keinginan konsumen, *gap* sebesar -0,07 pada indikator proses pelayanan pengukuran baju untuk konsumen, dan *gap* sebesar -0,38 pada indikator proses pelayanan pemakaian baju di hasil akhir untuk konsumen. Dengan melihat indikator yang memiliki *gap*, diketahui bahwa konsumen tidak mengalami masalah terhadap produk hasil jadi, akan tetapi pada pelayanan jasa dari Le'Christ. Seluruh *gap* tersebut kemudian menjadi pertimbangan bahwa permasalahan yang perlu diselesaikan dari Butik Le'Christ yakni pelayanan jasa yang kurang memuaskan bagi pelanggan.

Untuk lebih memastikan permasalahan mana yang akan diperbaiki, tetap dilakukan analisis penyebab dari kurangnya kualitas produk Le'Christ. Dikatakan oleh pemilik butik bahwa kurangnya kualitas produk Le'Christ disebabkan oleh tiga faktor, yakni permintaan pelanggan yang berubah-ubah, kelalaian dari pekerja karena ketidaktepatan, dan kurangnya keterampilan dari pegawai di Butik Le'Christ. Mengenai faktor pertama, hal tersebut sering terjadi karena baju pesta yang diproduksi oleh Le'Christ merupakan baju pesta *custom*, sehingga desain baju maupun kain yang digunakan mengikuti kemauan dari konsumen. Akan

tetapi terdapat beberapa konsumen yang tidak konsisten terhadap pemilihan desain ataupun kainnya. Hal ini menyebabkan sering terjadi perubahan bentuk desain maupun kain yang diminta oleh konsumen. Mengenai faktor kedua, faktor tersebut merupakan faktor internal dari Le'Christ. Faktor ini juga merupakan faktor yang dapat dipertimbangkan untuk diselesaikan pada penelitian ini. Mengenai faktor ketiga, faktor tersebut sedikit berbeda dengan faktor kedua. Setelah diteliti lebih lanjut, kurangnya keterampilan dari pegawai di butik disebabkan karena adanya kondisi pandemi. Kondisi pandemi menyebabkan kurangnya keterampilan dari calon-calon pegawai butik. Dikatakan bahwa para pegawai yang dipekerjakan pada Butik Le'Christ merupakan pelajar lulusan SMK sekolah jahit. Namun, dikarenakan kondisi pandemi yang membatasi proses belajar mengajar menjadi secara daring, maka para lulusan SMK sekolah jahit tersebut kurang mendapatkan ilmu praktek menjahit dengan mesin. Kondisi dari masing-masing faktor tersebut nantinya digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk menyelesaikan faktor mana pada penelitian ini.

Sesuai yang dikatakan sebelumnya bahwa konsumen Le'Christ lebih mempermasalahkan kualitas pelayanan jasa dari Le'Christ, maka juga dilakukan penelitian pendahuluan mengenai hal tersebut. Diketahui bahwa kurangnya kualitas pelayanan jasa dari Le'Christ, disebabkan karena dua hal. Kurangnya keterampilan dari pegawai butik yang disebabkan kondisi pandemi yang telah disebutkan sebelumnya, ternyata juga menjadi salah satu faktor penyebab dari kurangnya kualitas pelayanan jasa yang diberikan. Selain itu, yang menjadi faktor penyebab utama dari kurangnya kualitas pelayanan jasa Le'Christ, yakni Butik Le'Christ kalah bersaing dengan kompetitor lain di Purwokerto yang juga memproduksi baju pesta. Hal ini diakui oleh pemilik butik pada wawancara yang telah dilakukan. Pemilik butik mengaku bahwa tidak menganggap penting kondisi dari kualitas pelayanan jasa yang diberikan kompetitor lainnya. Akan tetapi pemilik butik mengatakan bahwa meskipun dalam kondisi pandemi ini, vendor-vendor lain yang ada di Purwokerto masih memiliki pelanggan. Vendor-vendor pesaing yang disebutkan oleh pemilik butik, yakni Jaka Febriant, Lina Gunawan, Sky Gown, WeddingKoe, Cruzita Rachly, dan vendor-vendor lain yang tidak dapat disebutkan satu per satu. Pemilik butik mengatakan bahwa masing-masing vendor memiliki keunggulan masing-masing. Sedangkan pemilik Le'Christ mengaku bahwa Beliau tidak memikirkan standar bersaing dalam segi kualitas pelayanan jasa dibandingkan dengan vendor pesaing. Hal inilah yang kemudian

menyebabkan Le'Christ kalah bersaing dengan kompetitor lain yang bergerak di bidang yang sama.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan penelitian pendahuluan, permasalahan pada Le'Christ adalah penurunan jumlah permintaan konsumen karena kualitas pelayanan masih rendah dan Le'Christ masih belum mampu bersaing dengan vendor lain di Purwokerto.

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari diadakannya penelitian, yakni untuk melakukan usaha perbaikan kualitas pelayanan jasa dan meningkatkan standar bersaing pada Le'Christ. *Critical success factor* dari penelitian ini, yakni jika jumlah permintaan konsumen dan skala penilaian kualitas jasa Le'Christ mengalami kenaikan.

1.4. Batasan Masalah

Batasan masalah pada penelitian ini dipertimbangkan sebagai berikut.

- a. Penelitian dilakukan dalam kondisi pandemi Covid-19 yang menyebabkan penurunan tingkat perekonomian di semua pihak, termasuk pemasok material, pemilik butik, dan konsumen.
- b. Vendor yang dibandingkan hanya vendor yang bergerak di bidang baju pesta dan berdomisili di Purwokerto.
- c. Penelitian dilakukan pada bulan Januari tahun 2022 hingga bulan September tahun 2022.