

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring perkembangan pada dunia usaha, pertumbuhan dibidang perekonomian sudah sangat berkembang pesat. Banyak industri yang mulai menunjukkan dan menawarkan berbagai produk atau jasa dengan beragam variasi, keistimewaan, serta selalu bergerak secara inovatif yang bertujuan menjadi daya tarik bagi para pelanggan. dalam memenuhi kebutuhan tersebut. Saat ini banyak sekali pilihan masyarakat terutama dalam dunia *fashion*, salah satunya dengan memilih menggunakan jasa jahit. usaha penjahit yaitu usaha yang operasionalnya mengelola ataupun mengubah bahan mentah (kain) menjadi barang jadi (barang siap pakai). Pengelolaan bahan belum jadi dilakukan dengan mesin jahit yang dikerjakan dengan tenaga kerja langsung guna menghasilkan produk jadi, adapun contoh produk jadi ataupun siap pakai yang ada pada usaha jahit ialah seperti seragam kerja, seragam sekolah, pakaian pesta, pakaian kebaya dan lain sebagainya (Rahmola et al., 2022).

Perkembangan serta persaingan saat ini dalam dunia usaha banyak perusahaan ataupun bisnis berkompetisi dalam mengungguli persaingan dengancara memperbaiki dan meningkatkan sistem pelayanan dan tingkat kepuasan pelanggan, khususnya dalam memenuhi kebutuhan dan permintaan pelanggan. Kepuasan pelanggan memiliki pengaruh yang cukup signifikan yaitu jika pelanggan merasa puas akan suatu produk atau jasa maka pelanggan akan mengalami peningkatan, sebaliknya jika pelanggan tidak merasa puas maka pengunjung akan menurun begitu juga dengan target penjualan (Zain, 2021).

Indonesia merupakan salah satu negara yang jumlah penduduknya cukup banyak, namun tidak semua penduduk di indonesia memiliki pekerjaan, sedangkan jumlah penduduk usia kerja mengalami peningkatan. Secara umum kecenderungan masalah ketenagakerjaan di indonesia terkait dengan

keterbatasan daya serap perekonomian dibandingkan jumlah angkatan kerja yang terus menerus mengalami peningkatan. Untuk mengatasi masalah itu dapat memulainya dengan mengembangkan potensi keterampilan masyarakat dalam pembinaan pendidikan non formal khususnya menjahit (Aisyiyah et al, 2021).

Di Indonesia usaha menjahit sangat banyak ditemukan namun masih banyak masyarakat yang tidak mengutamakan kepuasan pelanggan yang membuat usaha tersebut tidak mengalami perkembangan yang pesat.

Menjahit adalah keterampilan yang mempelajari teknik membuat busana mulai dari mendesain, membuat, hingga melakukan penyelesaian. Menjahit merupakan salah satu keterampilan yang penting dalam kehidupan sehari-hari, dikarenakan berhubungan dengan kebutuhan manusia. Keterampilan menjahit juga dapat menjadi bekal untuk bekerja maupun membuka usaha. Keterampilan merupakan bekal bagi tenaga kerja untuk mandiri secara ekonomi dan sosial, dan dapat memberi masa depan yang lebih baik untuk memasuki arus utama masyarakat.

Penjahit Mandiri Modiste menjahit berbagai busana contohnya seragam kantor, seragam sekolah, kebaya, pakaian pesta dan pakaian sehari-hari. Usaha ini juga dapat membuat pakaian sesuai permintaan konsumen dan menawarkan jasa menjahit pakain yang robek, pemasangan resleting dan pemasangan kancing Penjahit Mandiri Modiste dalam sebulan dapat mencapai pelanggan 30 orang lebih yang mana jumlah tersebut dapat berubah-ubah tiap bulanya, dari 30 orang tersebut biasanya kurang dari 5 orang yang komplain dikarenakan hasil akhir tidak sesuai dengan permintaan konsumen. Pelanggan yang komplain tersebut akan menerima jasa perbaikan secara gratis sehingga tidak menimbulkan efek jera kepada pelanggan dan pelanggan akan kembali lagi karena pelanggan merasa puas akan hasil jahitan dan pelayanan yang didapatkan hal ini dikarnakan usaha modiste ini mengutamakan kepuasan pelanggan.

Tabel 1.1 Daftar Jumlah Kunjungan Pelanggan Penjahit Mandiri Modiste

No	Bulan / Tahun	Jumlah Pengunjung			Tujuan		KeteRangan	
		L	P	Total	Jahit	Permak	Sudah di ambil	Belum di ambil
1.	September 2022	22	31	53	35	18	53	-
2.	Oktober 2022	24	36	60	40	20	57	3
3.	November 2022	19	37	56	29	27	56	-
4.	Desember 2022	25	38	63	34	29	59	4
5.	Januari 2023	20	31	51	27	27	51	-
6.	Februari 2023	25	29	54	31	24	54	-
7.	Maret 2023	27	32	59	36	23	58	1
8.	April 2023	24	40	64	42	22	62	2

Kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk atau jasa yang diterima dan diharapkan. Dalam era globalisasi ini, pengusaha akan selalu menyadari akan pentingnya faktor pelanggan, oleh karena itu mengukur tingkat kepuasan para pelanggan sangatlah perlu, walaupun hal tersebut tidaklah semudah mengukur berat badan atau tinggi badan pelanggan yang bersangkutan (Kotler, 2004).

Pelanggan merupakan fokus utama dalam pembahasan mengenai kepuasan dan, kualitas jasa, karena dalam hal ini pelanggan memegang peran penting dalam mengukur kepuasan terhadap produk maupun pelayanan yang diberikan suatu usaha. Pelanggan adalah seseorang yang membeli suatu barang atau jasa dan datang beberapa kali ketempat yang sama untuk memenuhi kebutuhan jadi dengan kata lain, pelanggan adalah seseorang yang secara continue dan berulang kali datang ke suatu tempat yang sama untuk memuaskan keinginannya dengan memiliki suatu produk atau mendapatkan suatu jasa dan membayar jasa tersebut.

Kepuasan pelanggan adalah konsep sentral dalam wacana bisnis dan manajemen. Konsekuensi kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan sangat krusial bagi kalangan bisnis, pemerintah, dan juga konsumen. Dalam bisnis kepuasan dipandang sebagai salah satu dimensi kinerja pasar. Peningkatan

kepuasan pelanggan berpotensi mengarah pada pertumbuhan penjualan-penjualan jangka panjang dan jangka pendek, serta pangsa pasar sebagai boikot atau protes dari lembaga konsumen, komplain pelanggan dan intervensi pemerintah (Tjiptono, 2012).

Kepuasan pelanggan ialah menjadi tujuan dari suatu bisnis ataupun usaha, terciptanya kepuasan pelanggan tentu saja dapat memberikan usaha ataupun bisnis antara lain berpengaruh antara pelaku usaha dan pelanggan menjadi harmonis, memberikan kesan yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan dan dapat membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan dan bernilai penting bagi usaha ataupun bisnis. Penjahit Mandiri Modiste juga sangat menjunjung tinggi kualitas pelayanan dikarenakan hal tersebut yang menjadi daya tarik pelanggan jika kita memiliki kualitas pelayanan yang baik, maka pelanggan akan memberikan respon positif dan membuat pelanggan percaya dan pelanggan merasa nyaman.

Kualitas adalah keseluruhan ciri serta sifat suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh terhadap kemampuannya terhadap memuaskan kebutuhan manusia. Kualitas ini bersifat dinamis sehingga kita harus dapat mempertahankan bahkan meningkatkan kualitas yang kita miliki. Pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Pada umumnya pelayanan yang diberikan oleh pengusaha yang memiliki kualitas yang baik akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang sering (Kotler, 2017).

Pelayanan adalah kegiatan untuk membantu apa yang diperlukan seseorang. Pelayanan juga berhubungan erat dengan kepuasan konsumen jika konsumen merasa puas dengan pelayanan kita maka konsumen tersebut akan berminat menggunakan barang dan jasa yang kita tawarkan.

Pelayanan yang bertujuan memperoleh kepuasan pelanggan bukanlah suatu yang mudah untuk dilakukan, sering terjadi masalah-masalah dalam pengelolaan pelayanan. Masalah atau persoalan yang biasa dihadapi diantaranya adalah sistem pelayanan yang birokratis, berbelit-belit, tidak jelas,

dan sumber daya manusia pengusaha yang belum menyadari arti penting pelanggan akan keberhasilan suatu usaha, pengetahuan dan kemampuan yang rendah, sikap dan perilaku karyawan yang belum baik kepada pelanggan yang membuat merasa tidak nyaman dan tidak puas terhadap pelayanan yang didapatkan.

Kualitas pelayanan (*service quality*) adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para pelanggan atas pelayanan yang mereka terima. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi pelanggan atas pelayanan yang benar-benar mereka terima dengan layanan sesungguhnya yang mereka harapkan (Rambat, 2011).

Kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk dan jasa yang setidaknya dapat memenuhi bahkan melebihi yang konsumen harapkan. Kualitas pelayanan bersifat dinamis dan fleksibel. Perubahan ini dapat di pantau melalui survei kepada pelanggan dan masukan tentang pelayanan yang didapatkan. Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai tingkat kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan dianggap baik apabila pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen, sementara jika melebihi apa yang diharapkan konsumen, maka dapat dikatakan pelayanan sangat memuaskan.

Loyalitas konsumen seperti mana diketahui bahwa sasaran asal suatu usaha adalah buat membangun para pelanggan merasa puas, terciptanya kepuasan bisa menyampaikan beberapa manfaat, antara lain ikatan sekitar perusahaan lewat pelanggan menjadi serasi untuk memberikan dasar yang baik untuk mengurangi dan menciptakan kesetiaan terhadap mereka serta membuat suatu rekomendasi berasal verbal ke lisan (*word of mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan (Pramudita et al., 2022).

Pelanggan yang loyal merupakan aset yang berharga bagi suatu usaha. Pada dasarnya, loyalitas adalah kesetiaan pelanggan untuk kembali menggunakan jasa atau produk kita, dengan adanya loyalitas pelanggan itu sendiri menjadi kondisi pasar yang bermodalkan kepercayaan pelanggan terhadap jasa semakin besar. Loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan

untuk bertahan secara mendalam untuk berlangganan atau melakukan pembelian kembali secara konsisten dimasa yang akan mendatang (Yuninda et al., 2022).

Loyalitas pelanggan memiliki peranan penting dalam sebuah usaha, karena loyalitas pelanggan sangat mempengaruhi laba suatu usaha melalui efek dari pengurangan biaya promosi dan penambahan pendapatan dari pelanggan. Artinya mempertahankan pelanggan yang loyal berarti meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan suatu usaha. Selain itu pelanggan yang loyal dapat memberikan masukan atau ide untuk pengusaha agar meningkatkan kualitas pelayanan dan produk yang dihasilkan (darman Syafe'i dan Jalaludin, 2021).

Manfaat loyalitas pelanggan tersebut maka pengusaha harus dapat melakukan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan pengusaha agar dapat memberikan pelayanan jasa yang berkualitas dan memuaskan pelanggan. Dalam jangka panjang ikatan ini dapat membuat pengusaha memahami dan mengerti kebutuhan pelanggan secara seksama (Kotler dan Keller, 2007).

Loyalitas pelanggan artinya kesetiaan pelanggan terhadap suatu merek, serta pemasok berdasarkan sifat yang sangat positif pada pembelian jangka panjang. Penafsiran mampu diartikan bahwa kepatuhan terhadap merek diperoleh sebab adanya kombinasi asal kepuasan dan keberatan. Sedangkan kepuasan konsumen tadi hadir dari beberapa faktor kinerja perusahaan untuk menyebabkan kepuasan tadi dengan meminimalkan keluhan sebagai akibatnya diperoleh pembelian jangka panjang yang dilakukan oleh konsumen. (Yuninda et al., 2022).

Dalam penelitian Mutaqin (2013), kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Purnomo Tailor Surabaya, penelitian serupa Nuridin (2018), kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan di PT Nano Coating. Namun berbeda dengan penelitian (Nitjano, 2020) dan (Bagus Nyoman Udayana & Lukitaningsih, 2022), kualitas pelayanan berpengaruh negatif dan tidak

signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berkaitan dengan hal tersebut perlulah dilakukan sebuah penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan yang diterima oleh konsumen sehingga dapat diketahui sekaligus dapat mengelola bagian yang menjadi penggerak dalam penyampaian kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan dalam menggunakan jasa tersebut.

Dari beberapa permasalahan yang terdapat pada latar belakang penelitian ini, penulis ingin mengetahui lebih lanjut bagaimana keterkaitan antara “pengaruh kualitas pelayanan jasa dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan study kasus pada usaha penjahit Mandiri Modiste Waykandis Bandar Lampung”

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan pemaparan dalam latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan jasa terhadap loyalitas pelanggan pada Penjahit mandiri Modiste?
2. Bagaimana pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Penjahit mandiri Modiste?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan jasa dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Penjahit mandiri Modiste?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh gambaran mengenai kualitas pelayanan jasa dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di penjahit Mandiri Modiste. Sesuai dengan masalah yang telah dirumuskan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan jasa terhadap loyalitas pelanggan
2. Mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.
3. Mengetahui pengaruh manakah antara kualitas pelayanan jasa dan kepuasan pelanggan yang lebih berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat terhadap berbagai pihak antara lain:

1. Manfaat secara akademis yaitu untuk mengembangkan pengetahuan manusia mengenai kualitas pelayanan jasa dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan
2. Manfaat secara praktis, yaitu untuk memberikan informasi sebagai bahan masukan dan pertimbangan dalam upaya peningkatan kualitas pelayanan jasa dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

#### **1.5 Sistematika Penulisan**

Untuk memberikan gambaran yang cukup jelas tentang penelitian ini maka disusunlah suatu sistematika penulisan yang berisi mengenai informasi materi serta hal-hal yang berhubungan dengan penelitian ini. Adapun sistematika penulisan tersebut sebagai berikut:

### **BAB 1 PENDAHULUAN**

Pada bab ini menjelaskan mengenai permasalahan yang terjadi dan diuraikan didalam latar belakang, kemudian terdapat tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan yang dijelaskan secara lengkap pada bab ini.

### **BAB 2 LANDASAN TEORI**

Pada bab ini berisi teori-teori terkait variabel yang mendukung penelitian dalam melakukan penelitian dan menjelaskan indikator-indikator yang terkait dalam variabel yang akan diteliti. Terdapat juga tinjauan empiris, kerangka pemikiran penelitian, dan pengembangan hipotesis terkait penelitian.



### **BAB 3 METODE PENELITIAN**

Pada bab ini berisi tentang pendekatan dalam memecahkan masalah yang terjadi dan terdapat juga penjelasan mengenai teknik pengambilan data, uji hipotesis dan uji instrumen dalam penelitian ini

### **BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini berisi tentang deskripsi objek penelitian, menjelaskan mengenai hasil pada uji instrumen dan uji teknik analisis dalam penelitian ini

### **BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan penting dari semua uraian pada bab-bab sebelumnya dan terdapat juga saran-saran yang penulis uraikan untuk penelitian selanjutnya dan pihak yang terkait.

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN**