

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Meningkatnya kemajuan bisnis diikuti dengan adanya berbagai tuntutan yang ditandai dengan semakin meningkatnya persaingan yang menawarkan keunggulannya masing-masing. Dengan adanya persaingan usaha yang tinggi pada saat ini, maka perusahaan harus mempunyai arah dan tujuan untuk memuaskan pelanggan dengan memberikan lokasi yang mudah dijangkau dan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan untuk berhasil, bersaing, dan bertahan. Agar pelanggan tetap setia pada suatu bisnis, hal itu diperlukan untuk dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan masyarakat. Pelanggan akan cepat menyerah pada produk dan layanan yang tidak memenuhi standar tersebut dan akhirnya beralih ke perusahaan pesaing. Hal yang wajar dalam bisnis harus memprioritaskan keinginan dan kebutuhan pelanggan terutama jika bisnis tersebut menyediakan layanan jasa.

Salah satu langkah awal dalam memulai bisnis adalah memilih lokasi karena memilih lokasi menjadi hal yang penting untuk perusahaan. Lokasi strategis akan memberikan keuntungan bagi perusahaan dan pelanggan. Perusahaan akan maju jika memiliki lokasi yang nyaman dan mudah dijangkau. Kegiatan operasional perusahaan

dan pengembalian modal pun akan terhambat jika lokasi yang dipilih salah atau tidak tepat dan pelanggan juga akan lebih puas dengan perusahaan jika lokasi dipilih secara strategis.

Untuk memenuhi kebutuhan pelanggan selain lokasi, faktor yang penting lainnya yaitu faktor kualitas pelayanan. Pelanggan sangat memperhatikan kualitas pelayanan yang mereka terima. Tingkat pelayanan perusahaan bertujuan untuk membantu atau mempermudah pelanggan. Pelanggan harus selalu mendapatkan pelayanan yang baik setiap kali melakukan proses bisnis, termasuk penyediaan barang dan jasa yang dilakukan. Jika suatu usaha dapat memberikan pelayanan yang terbaik, maka hal itu dapat mempertahankan kelangsungan usahanya dan bersaing dengan usaha lain.

Tidak mudah untuk mengetahui bagaimana memberikan layanan terbaik, tetapi sebuah bisnis dapat mengoptimalkan sumber dayanya sehingga mereka nantinya dapat fokus dalam memberikan layanan yang berfokus pada pelanggan. Dengan memberikan layanan yang berkualitas tinggi dapat membuat pelanggan senang saat mereka menggunakan produk perusahaan atau jasa, perusahaan dapat memenuhi harapan pelanggan dan berhasil dalam memberikan pelayanan. Menyadari bahwa suatu perusahaan dapat menggunakan kualitas layanan untuk membangun hubungan dengan pelanggan dan berusaha untuk lebih dekat agar terciptanya hubungan yang baik. Pelayanan kepada pelanggan mengacu pada situasi dimana harapan

yang diinginkan oleh pelanggan sejalan dengan layanan yang sebenarnya diterima.

Loyalitas pelanggan dapat dihasilkan dari kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan karena kepercayaan pelanggan sangat penting bagi perusahaan. Tindakan pembelian produk atau jasa mengembangkan loyalitas pelanggan terhadap suatu produk atau jasa tersebut dikenal sebagai loyalitas pelanggan.

Loyalitas pelanggan juga menjadi ukuran kedekatan pelanggan dengan perusahaan karena pelanggan yang setia adalah pelanggan yang puas yang akan terus membeli produk atau jasa dari perusahaan. Kita perlu meningkatkan dan mempertahankan pelayanan yang terbaik agar pelanggan tetap datang kembali menggunakan produk atau jasa agar loyalitasnya tetap terjaga. Selain itu, pelaku bisnis perlu memahami hal-hal apa saja yang mempengaruhi loyalitas pelanggan agar dapat menerapkan inovasi dan perbaikan yang diharapkan mampu meningkatkan loyalitas pelanggan.

Berikut ini adalah data pelanggan virtual office di i7 Creative Community Space periode tahun 2021 sampai dengan tahun 2022:

Tabel 1
Data Pelanggan Virtual Office di i7 Creative Community Space
periode Tahun 2021 - 2022

No	Nama Pelanggan
1	PT Aplikasi Digital Sinergi
2	CV Qualtindo Karya Prima
3	PT Bhineka Tunggal Kreasi
4	PT Mahir Farm Nusantara
5	Pak Dodi
6	PT Markit Digital Indonesia
7	PT Derucode Asrifia Indonesia
8	PT Cita Mutu Gemilang
9	PT Adil Organik Indonesia
10	PT Sinergi Properti Asia
11	PT Armazi Karya Bersama
12	PT Ganendra Jaya Wyakta
13	PT Gavin Indotama Nusantara
14	PT Digital Cipta Gemilang
15	PT Modsolide Kreasi Sukses
16	PT Bhakti Karya Unggul
17	PT Agrati Bhuwana Raya
18	PT Wawasan Elaborasi Lingkar Indonesia
19	PT Inovator Muda Teknologi
20	PT Decar Verite Asia
21	PT Weekender Holidays Indonesia
22	PT Trishul Indo Sakti
23	PT Radcomm Surya Nusantara
24	PT Trisitek Cipta Integra
25	PT Nitya Supala Logistik
26	PT Anerva Inti Magnitrada
27	PT Artha Gemilang Abadisejahtera
28	PT Peluang Karya Mandiri
29	PT Metro Solusi Industri
30	PT Hastio Berkah Sejahtera
31	PT Raharja Jaya Rejeki
32	PT Trisula Cakra Semesta
33	PT Berkah Raharja Sukses
34	Kantor Hukum DRDR

35	PT Cakra Wijaya Kusuma
36	PT Tridaya Indo Mulia
37	CV Kolega Insan Cendekia
38	PT Tre Pilar Solusi Industri
39	PT Naga Samudera Bersaudara
40	PT Kurnia Global Sukses
41	PT Integritas Alam Lestari
42	PT Maharani Buah Bersatu
43	PT Jaya Hardja Pernata
44	PT Alaslani Online Transportation
45	PT Alaslani Haji Umroh
46	PT Radcomm Akses Nusantara
47	PT Yasuigawa Enjiniring Indonesia
48	PT Instrumen Indo Utama
49	PT Sinergi Solusi Naka
50	CV Kawani Alam Lestari
51	CV Gratia Holiday
52	PT Kreasi Indo Azzura Djaya
53	PT Domba Unggul Indonesia Terbaik
54	PT Ultima Sains Innovator
55	PT Wijaya Lintang Abadi
56	PT Maju Bersama Razqya
57	PT Rajawali Bhakti Nusantara
58	PT Kebula Agromina Bahari
59	PT Smile Inovasi Teknologi
60	PT Pramesti Jagad Nusantara
61	PT Orien Spasia Ecoscape
62	CV Liman Jaya Sukses
63	PT Tru Digital Media
64	PT Lancar Multianda Kreasi
65	PT Alternatif Palapa Nusantara
66	CV Ayo Fokus Belanja
67	PT Centra Edu Indonesia
68	PT Wijaya Techno Perkasa
69	CV Berkah Sejahtera Usaha
70	PT Rejeki Indo Unggul
71	CV Jaya Indo Bangkit

Sumber : Data pelanggan Virtual Office i7 Creative Community Space 2021-2022

Seorang pelanggan yang loyal menjadi aset yang sangat bernilai bagi suatu perusahaan. Perusahaan perlu melakukan penilaian terhadap loyalitas pelanggan. Metode yang digunakan untuk pra survey pengukuran loyalitas pelanggan adalah *net promoter score*. Berfungsi untuk mengukur seberapa kuat layanan di i7 Creative Community Space yang akan direkomendasikan pelanggan kepada orang lain.

Untuk mengetahui loyalitas pelanggan, NPS hanya membutuhkan satu pertanyaan yaitu “Seberapa besar pelanggan akan merekomendasikan layanan i7 Creative Community Space kepada orang lain?”. Kemudian respon pelanggan akan diukur dengan skor 0-10 yang mana respon pelanggan pada skor 9-10 adalah promoter, 7-8 adalah passive dan 6-0 adalah detractor. Metode ini adalah metode sederhana dan efektif untuk mengukur loyalitas pelanggan.

Tabel 2

Parameter Net Promoter Score

No	Net Promoter Score	Ukuran Net Promoter Score
1	$NPS < 0$	Tidak Loyal
2	$NPS = 0 - 50$	Loyal
3	$NPS > 50$	Sangat Loyal

Sumber: Maimun, 2018

Rumus NPS adalah sebagai berikut:

$$NPS = \text{Promoter\%} - \text{Detractor\%}$$

Keterangan:

$$\Sigma \text{Promoter}\% = \frac{\text{Responden yang memberi score } 9 - 10}{\text{Jumlah Responden}} \times 100 \%$$

$$\Sigma \text{Detractor}\% = \frac{\text{Responden yang memberi score } 0 - 6}{\text{Jumlah Responden}} \times 100 \%$$

Dibawah ini adalah tabel jawaban pra survey dari pertanyaan yang diberikan kepada pelanggan yaitu “Seberapa besar pelanggan akan merekomendasikan layanan i7 Creative Community Space kepada orang lain?”.

Tabel 3

Jawaban Pra Survey

Jumlah Pelanggan	Detractor (6 – 0)	Pasive (7 – 8)	Promoter (9 – 10)
71 Pelanggan	18 Pelanggan	38 Pelanggan	15 Pelanggan

Dibawah ini adalah perhitungan Net Promoter Score.

Tabel 4

Nilai NPS

Detractor %	Pasive %	Promoter %	NPS	Parameter
0,253	0,535	0,211	-0,042	Tidak Loyal

Dari analisis data pra survey diatas bahwasanya parameter hasil nilai NPS mengatakan bahwa pelanggan i7 Creative Community Space tidak loyal. Dengan data tersebut diharapkan kedepannya i7 Creative Community Space bisa membangun pelanggan yang loyal untuk keberhasilan perusahaan tersebut.

Merekomendasikan produk atau merek kepada orang lain termasuk dalam indikator loyalitas pelanggan yang dikemukakan oleh Griffin (2016:31).

Seorang yang loyal tidak akan ragu dengan apa yang mereka pilih dan mereka percaya bahwa produk atau jasa yang dipilih adalah yang terbaik. Maka mereka akan berani merekomendasikan kepada orang lain karena kepercayaan yang dimiliki oleh pelanggan tersebut.

Kantor Virtual Office i7 Creative Community Space yang beralamat di Jalan Baranangsiang III No.7, RT.05/RW.08, Tegallega, Kecamatan Bogor Tengah, Kota Bogor, Jawa Barat 16129 adalah suatu usaha atau perusahaan yang bergerak pada bidang penyewaan tempat. Salah satu layanannya adalah Virtual Office. Virtual Office merupakan semacam kantor sewa non-fisik yang dapat digunakan untuk mendapatkan fasilitas-fasilitas kantor dan memiliki alamat yang sah. Walaupun mereka tidak mempunyai kantor fisik yang bisa digunakan sendiri, pelanggan Virtual Office mendapatkan keuntungan khusus seperti biaya operasional yang jauh lebih murah dibandingkan dengan kantor konvensional, tetapi bisa mendapatkan fasilitas yang serupa dengan kantor konvensional. Dengan Virtual Office pelanggan dapat bekerja dari rumah, di mana saja, dan kapan saja, dan tentu menghemat biaya untuk operasional. Virtual Office juga mempunyai *Assistant office* (asisten kantor) yang akan membantu pelanggannya dalam menangani surat, paket, dan dokumen yang dikirimkan ke

alamat perusahaan mereka, *call answering* (panggilan telepon) yang akan memudahkan pelanggan untuk menanggapi panggilan ke nomor perusahaan serta mendapatkan kuota ruang rapat mulai dari jam 10.00 hingga 17.00 dengan ketentuan pemberitahuan h-3 sebelum penggunaan ruang rapat untuk menghindari kelebihan kapasitas dalam ruang rapat tersebut.

Lokasi kantor i7 Creative Community Space berada di tengah kota Bogor, berada dalam lingkungan perumahan dan dekat dengan kampus Universitas Pakuan. Kantor i7 Creative Community Space mempunyai 1 kantor, 1 ruang penerimaan tamu, 1 mushola, dan 2 toilet yang dapat digunakan oleh pelanggan atau tamu yang datang. Tempat parkir motor dapat dimasukkan kedalam gerbang, namun untuk parkir mobil hanya bisa di sepanjang jalan perumahan.

Untuk pelayanan-pelayanan yang diberikan oleh i7 Creative Community Space yaitu kami memelihara tempat kantor tersebut selalu dalam keadaan yang bersih yang bertujuan untuk kenyamanan semua pihak. Kami juga menyediakan wifi, AC, minuman (teh maupun kopi). Di masa pandemi dengan kebiasaan mencuci tangan, kami juga menyediakan tempat mencuci tangan, *handsanitizer* (pembersih tangan) dan pengecekan suhu. I7 Creative Community Space juga selalu memberikan informasi ketika ada tamu datang, telfon/pesan/dokumen masuk yang akan segera kami sampaikan ke pelanggan, lalu pemberitahuan perpanjangan kepemilikan pelanggan

via E-mail maupun Whatsapp yang diberitahukan 15 hari sebelum masa kepemilikan berakhir dan juga memberikan pemberitahuan sisa kuota ruang rapat yang dimiliki oleh semua pelanggan.

Penelitian ini dibutuhkan oleh i7 Creative Community untuk memahami dan memperbaiki hal-hal apa saja yang dapat meningkatkan pelanggan untuk memakai layanan di i7 Creative Community Space dari segi aspek kualitas pelayanan dan lokasi dan penelitian ini juga dapat menjadi bahan perusahaan untuk membuat strategi baru untuk menarik pelanggan agar pelanggan akan selalu meneruskan atau memperpanjang kepemilikan menggunakan virtual office ini.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **“Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan di i7 Creative Community Space”**.

B. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah berikut berdasarkan konteks masalah yang dijelaskan di atas:

1. Lokasi yang kurang terlihat dari jalan besar.
2. Lokasi tidak banyak orang yang lalu lalang.
3. Kurangnya pelanggan yang meneruskan kepemilikan.
4. Kurangnya pelayanan yang baik terhadap pelanggan.
5. Jumlah pelanggan yang naik turun.

C. Batasan Masalah

Lingkup peneliti dalam penelitian ini terbatas pada masalah-masalah yang berkaitan dengan pokok bahasan, yaitu:

1. Lokasi pada i7 Creative Community Space
2. Kualitas pelayanan di i7 Creative Community Space
3. Loyalitas pelanggan di i7 Creative Community Space

D. Rumusan Masalah

Mengingat konteks masalah yang diuraikan sebelumnya, berikut ini adalah masalah utama penelitian, yaitu:

1. Apakah lokasi berpengaruh pada keputusan pelanggan untuk menjadi pelanggan virtual office di i7 Creative Community Space?
2. Apakah kualitas pelayanan di i7 Creative Community Space mempengaruhi loyalitas pelanggan?
3. Apakah lokasi mempengaruhi loyalitas pelanggan Virtual Office di i7 Creative Community Space?

E. Tujuan Penelitian

Berikut ini adalah beberapa tujuan yang peneliti yang dapat ditetapkan untuk penelitian berdasarkan masalah tersebut di atas:

1. Untuk mengetahui pengaruh dari penentuan lokasi terhadap keputusan pelanggan di i7 Creative Community Space.
2. Untuk mengetahui pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di i7 Creative Community Space.

3. Untuk mengetahui pengaruh loyalitas pelanggan di i7 Creative Community Space.

F. Kegunaan Penelitian

Berikut adalah kegunaan dari penelitian tersebut adalah:

1. Manfaat bagi penulis

Untuk meningkatkan kemampuan peneliti untuk berpikir ilmiah dan mempelajari lebih lanjut tentang masalah sumber daya manusia, khususnya dampak lokasi serta kualitas suatu layanan terhadap loyalitas pelanggan, dan untuk memberikan wawasan baru.

2. Manfaat bagi perusahaan

Peneliti berharap hasil dari penelitian ini dapat menjadi sumber informasi yang bermanfaat bagi perusahaan dalam mengatur strategi dalam meningkatkan jumlah pelanggan di i7 Creative Community Space.

3. Manfaat bagi pembaca ataupun peneliti selanjutnya

Peneliti berharap hasil dari penelitian ini bisa memberikan pengembangan ilmu serta wawasan tentang sistem manajemen sumber daya manusia yang digambarkan oleh dunia kerja sebagai penjelasan untuk membantu memberikan pemikiran khususnya untuk yang melakukan penelitian serupa.

G. Sistematika Penelitian

Untuk melancarkan dan memahami alur penulisan skripsi ini, maka akan diberikan gambaran mengenai isi skripsi, sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini peneliti menguraikan latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini peneliti menjelaskan pengungkapan kajian literatur mengenai variabel gaya kepemimpinan demokratis, latar belakang pendidikan, disiplin kerja, dan kinerja, kerangka pemikiran, penelitian terdahulu, dan hipotesis penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini peneliti menguraikan tentang metode penelitian, sampel dan populasi, variabel penelitian, jenis beserta sumber data, operasional variabel, serta metode analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembahasan pada bab ini berisikan tentang tujuan umum objek penelitian serta uraian fakta dan data yang diperoleh berdasarkan hasil dari penelitian beserta analisisnya dengan menggunakan teknik-teknik analisis yang sudah ditetapkan oleh penulis.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini adalah bab terakhir dalam penulisan skripsi ini dan peneliti menyimpulkan mengenai apa yang ditemukan selama penelitian yang tercermin pada bab sebelumnya, berdasarkan kesimpulan tersebut, rekomendasi yang diberikan oleh peneliti dapat menjadi masukan yang bermanfaat bagi i7 Creative Community Space.