

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam cara masyarakat memproduksi, mengelola, dan mengonsumsi konten visual. Hampir setiap aktivitas baik bisnis, pendidikan, pemasaran, maupun hiburan membutuhkan dokumentasi yang menarik dan profesional. Tren ini kemudian membuka peluang luas bagi perusahaan yang bergerak dalam industri kreatif, khususnya penyedia jasa persewaan kamera dan peralatan pendukungnya. Sebab, tidak semua individu maupun organisasi memiliki kemampuan finansial untuk membeli perangkat kamera profesional yang harganya tergolong tinggi. Dengan adanya jasa persewaan kamera, pengguna dapat memperoleh akses terhadap perangkat berkualitas tanpa perlu mengeluarkan investasi besar.

Melihat peluang tersebut, pada tahun 2017 berdirilah sebuah unit usaha bernama **UD Ayik Jaya** yang bergerak dalam bidang jasa penyewaan kamera. Seiring meningkatnya permintaan pasar serta kebutuhan konsumen akan layanan yang lebih profesional, perusahaan melakukan transformasi dan mengubah status badan usaha menjadi **PT Sembilan Sepuluh Creative Studio** pada tahun 2022. Perubahan ini bukan hanya sebatas pergantian nama, tetapi juga penataan ulang strategi bisnis, perluasan layanan, pembaruan perangkat kamera, serta penyesuaian sistem layanan untuk menjawab kebutuhan industri kreatif yang semakin berkembang. Dalam kurun waktu beberapa tahun beroperasi, perusahaan ini mulai dikenal sebagai salah satu penyedia jasa persewaan kamera yang cukup dipercaya di Kota Surabaya. Namun, reputasi positif tersebut tidak serta-merta membuat perusahaan terlepas dari tantangan. Persaingan industri jasa persewaan kamera di Kota Surabaya semakin kompetitif seiring bertambahnya perusahaan sejenis yang bergerak pada bidang penyewaan alat fotografi. Beberapa perusahaan persewaan kamera di Surabaya seperti Dekarent, Pondok Lensa Surabaya, dan BSM Rental Cab. Surabaya menawarkan berbagai layanan penyewaan kamera beserta perlengkapan

pendukung dengan variasi harga dan kemudahan layanan yang kompetitif. Kondisi tersebut menyebabkan pelanggan memiliki banyak alternatif pilihan dalam menentukan penyedia jasa persewaan kamera sehingga PT Sembilan Sepuluh Creative Studio dituntut untuk mampu menjaga kualitas layanan guna mempertahankan kepuasan dan loyalitas pelanggan di tengah persaingan usaha yang semakin ketat.

Berdasarkan data internal perusahaan, jumlah penyewa kamera PT Sembilan Sepuluh Creative Studio dalam empat tahun terakhir menunjukkan pola yang fluktuatif. Pada tahun 2021 jumlah pelanggan tercatat sebanyak **1.248 pelanggan**, kemudian meningkat menjadi **1.436 pelanggan** pada tahun 2022. Namun, pada tahun 2023 jumlah pelanggan mengalami penurunan menjadi **1.319 pelanggan**, sebelum kembali meningkat menjadi **1.487 pelanggan** pada tahun 2024. Fluktuasi jumlah pelanggan tersebut menunjukkan bahwa permintaan jasa persewaan kamera mengalami perubahan dari tahun ke tahun yang dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kualitas layanan, tingkat persaingan usaha, serta kepuasan pelanggan terhadap layanan yang diberikan perusahaan. Untuk memberikan gambaran mengenai perkembangan jumlah pelanggan dan keluhan pelanggan pada PT Sembilan Sepuluh Creative Studio, berikut disajikan data jumlah pelanggan dan keluhan pelanggan dalam beberapa tahun terakhir.

Tabel 1.1 Jumlah Pelanggan dan Keluhan Pelanggan PT Sembilan Sepuluh Creative Studio Tahun 2021 – 2024

Tahun	Jumlah Pelanggan	Jumlah keluhan	Persentase Keluhan
2021	1.248	96	7,7%
2022	1.436	120	8,4%
2023	1.319	167	12,7%
2024	1.487	225	15.1%

Sumber: Data Internal PT Sembilan Sepuluh Creative Studio, 2026

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat diketahui bahwa jumlah pelanggan PT Sembilan Sepuluh Creative Studio mengalami fluktuasi dari tahun ke tahun. Meskipun jumlah pelanggan kembali meningkat pada tahun 2024, jumlah keluhan pelanggan justru mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Hal ini mengindikasikan bahwa peningkatan jumlah pelanggan belum sepenuhnya diimbangi dengan optimalisasi kualitas layanan yang diberikan perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan perlu melakukan evaluasi terhadap kualitas layanan guna menjaga kepuasan pelanggan di tengah persaingan usaha yang semakin kompetitif.

Salah satu akar masalah yang ditemukan adalah kualitas layanan, terutama pada lini terdepan perusahaan, yaitu frontliner atau customer service. **Berdasarkan data internal perusahaan yang diperoleh dari rekapitulasi laporan customer service, arsip komplain pelanggan, riwayat percakapan pelanggan melalui WhatsApp Business, serta catatan evaluasi operasional perusahaan,** beberapa pelanggan menyampaikan berbagai keluhan terkait layanan yang diberikan. Keluhan yang paling sering ditemukan antara lain keterlambatan proses pengambilan dan pengembalian perangkat, ketidaksiapan alat pada saat jadwal pengambilan, kurang responsifnya customer service dalam memberikan informasi, ketidakjelasan informasi mengenai ketersediaan dan kondisi kamera, kurangnya keramahan petugas, serta adanya ketidaksesuaian kondisi alat dengan ekspektasi pelanggan.

Berdasarkan rekapitulasi keluhan pelanggan, pada tahun 2022 tercatat sekitar 120 keluhan, yang didominasi oleh keterlambatan layanan (32 keluhan), ketidaksiapan alat (27 keluhan), customer service lambat merespons (21 keluhan), informasi produk yang kurang jelas (18 keluhan), keramahan layanan (12 keluhan), dan keluhan lainnya (10 keluhan). Pada tahun 2023 jumlah keluhan meningkat menjadi 167 keluhan, sedangkan pada tahun 2024 kembali meningkat menjadi 225 keluhan. Peningkatan jumlah keluhan tersebut menunjukkan adanya indikasi bahwa kualitas layanan yang diberikan perusahaan masih belum sepenuhnya memenuhi harapan pelanggan.

Secara deskriptif, peningkatan jumlah keluhan tersebut menunjukkan bahwa kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan belum optimal dan belum sepenuhnya memenuhi harapan pelanggan. Hal ini mengindikasikan adanya kesenjangan antara harapan dan persepsi pelanggan terhadap layanan yang diterima. Apabila kondisi ini tidak segera diperbaiki, maka berpotensi menurunkan tingkat kepuasan pelanggan serta memengaruhi penilaian pelanggan terhadap kualitas layanan perusahaan.

Dalam industri jasa, kualitas layanan merupakan fondasi utama yang menentukan apakah pelanggan akan tetap menggunakan layanan suatu perusahaan atau mencari alternatif lain. Untuk mengukur kualitas layanan secara lebih objektif, salah satu model yang banyak digunakan adalah SERVQUAL. Model ini menilai persepsi pelanggan berdasarkan lima dimensi, yaitu tangibles (bukti fisik), reliability (keandalan), responsiveness (daya tanggap), assurance (jaminan), dan empathy (kepedulian). Melalui pendekatan SERVQUAL, perusahaan dapat mengetahui sejauh mana kesesuaian antara layanan yang diberikan dengan harapan pelanggan, serta mengidentifikasi aspek layanan mana yang masih membutuhkan perbaikan. Selain itu, perbaikan layanan perlu dirumuskan dengan mempertimbangkan kondisi internal dan eksternal perusahaan. Oleh karena itu, pendekatan Analisis SWOT digunakan untuk menelusuri kekuatan dan kelemahan yang dimiliki PT Sembilan Sepuluh Creative Studio, serta peluang dan ancaman yang muncul dari lingkungan

bisnis. Kombinasi kedua pendekatan tersebut diharapkan memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai langkah strategis yang harus diambil perusahaan dalam meningkatkan kualitas layanan sekaligus mempertahankan pelanggan agar tidak berpindah ke kompetitor.

Melalui paparan tersebut, dapat dilihat bahwa permasalahan kualitas layanan bukan sekadar isu teknis, tetapi menyangkut keberlangsungan bisnis dalam jangka panjang. Retensi pelanggan menjadi semakin penting karena mempertahankan pelanggan lama terbukti lebih efisien dibandingkan menarik pelanggan baru. Jika PT Sembilan Sepuluh Creative Studio tidak melakukan inovasi layanan dan penyusunan strategi yang tepat, maka perusahaan berpotensi kehilangan pangsa pasar. Oleh karena itu, untuk menjawab berbagai permasalahan tersebut, penulis merasa perlu melakukan penelitian yang sistematis dan mendalam. Penelitian ini berjudul **“Analisis Strategi Peningkatan Kualitas Layanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Pada PT Sembilan Sepuluh Creative Studio Surabaya”**

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan hasil uraian latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai:

1. Bagaimana kualitas layanan pada PT Sembilan Sepuluh Creative Studio Surabaya berdasarkan dimensi SERVQUAL yang meliputi tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy?
2. Bagaimana strategi peningkatan kualitas layanan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pada PT Sembilan Sepuluh Creative Studio Surabaya berdasarkan analisis SWOT?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini Adalah:

1. Menganalisis kualitas layanan pada PT Sembilan Sepuluh Creative Studio Surabaya berdasarkan dimensi SERVQUAL yang meliputi tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy.
2. Memformulasikan strategi peningkatan kualitas layanan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pada PT Sembilan Sepuluh Creative Studio Surabaya berdasarkan analisis SWOT.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dalam penelitian ini Adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi empiris dalam pengembangan ilmu pengetahuan khususnya teori-teori Manajemen pemasaran yang terkait dengan strategi peningkatan kualitas layanan dalam Upaya meningkatkan kepuasan pelanggan.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi PT Sembilan Sepuluh Creative Studio

Hasil Penelitian ini dapat memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai kondisi kualitas layanan perusahaan berdasarkan pengalaman dan persepsi pelanggan. Informasi ini dapat menjadi bahan evaluasi untuk memperbaiki aspek layanan yang masih menimbulkan keluhan, khususnya pada bagian frontliner, serta membantu perusahaan dalam menyusun strategi yang lebih terarah untuk meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan agar mampu bersaing di industri jasa.

- b. Bagi Akademisi

Penelitian ini dapat menjadi sumber referensi dan bahan kajian bagi akademisi dalam mengembangkan penelitian terkait kualitas layanan dan kepuasan pelanggan, khususnya dalam konteks strategi peningkatan layanan pada industri jasa dan industri kreatif.