

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perubahan besar dalam lanskap bisnis global saat ini didorong oleh kemajuan teknologi informasi dan komunikasi yang sangat pesat. Perusahaan tidak lagi beroperasi dalam lingkungan yang statis, melainkan berada dalam ekosistem yang dinamis, kompetitif, dan sangat dipengaruhi oleh perkembangan teknologi digital. Digitalisasi telah mentransformasi hampir seluruh aspek kegiatan bisnis, mulai dari proses produksi, distribusi, pemasaran, hingga interaksi dengan konsumen. Perusahaan yang tidak mampu mengikuti arus perubahan ini akan kesulitan untuk bersaing dan mempertahankan eksistensinya di tengah persaingan pasar yang terus berkembang.

Di sisi lain, digitalisasi juga membuka peluang besar bagi perusahaan untuk tumbuh lebih cepat dan efisien. Akses terhadap informasi yang luas, kemudahan komunikasi lintas wilayah, serta ketersediaan teknologi digital memungkinkan perusahaan menjangkau pasar baru, mengoptimalkan proses bisnis, serta menyesuaikan strategi dengan lebih fleksibel. Namun, untuk memanfaatkan peluang tersebut, perusahaan membutuhkan pemahaman yang kuat terhadap pasar, strategi bisnis yang adaptif, dan kemampuan eksekusi yang tepat.

Dalam kondisi ini, jasa konsultasi bisnis menjadi elemen strategis yang sangat dibutuhkan. Konsultan bisnis hadir sebagai mitra profesional yang memberikan panduan, solusi, dan strategi berbasis analisis yang dapat membantu perusahaan menghadapi tantangan serta memaksimalkan potensi bisnis. Konsultan tidak hanya berperan sebagai penasihat, tetapi juga menjadi fasilitator dalam proses transformasi bisnis, pengembangan kapasitas organisasi, serta penyusunan strategi komunikasi yang efektif. Peran ini menjadi semakin penting seiring meningkatnya kompleksitas kebutuhan bisnis yang menuntut keahlian lintas disiplin.

Andaf Corp merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di sektor jasa konsultasi bisnis dan komunikasi pemasaran. Berbasis di Kota Bekasi, perusahaan ini menyediakan berbagai layanan strategis yang mencakup perencanaan bisnis, pengembangan brand, riset pasar, digital marketing, serta strategi komunikasi korporat. Melalui pendekatan berbasis data dan pengalaman lapangan, Andaf Corp telah membantu berbagai klien dalam merancang dan mengeksekusi strategi bisnis yang relevan, efisien, dan berdampak nyata.

Keunggulan Andaf Corp terletak pada kemampuannya untuk menjembatani kebutuhan klien dengan solusi yang praktis dan aplikatif. Layanan konsultasi yang diberikan tidak hanya bersifat konseptual, tetapi dirancang untuk memberikan dampak langsung terhadap tujuan bisnis klien, baik dalam hal peningkatan performa, penguatan brand, maupun

efisiensi internal. Dalam era persaingan yang kompetitif, peran seperti ini sangat krusial dalam membantu perusahaan tetap agile dan kompetitif.

Namun, dalam sektor jasa, khususnya jasa konsultasi, kualitas layanan menjadi faktor yang sangat menentukan dalam membangun hubungan jangka panjang dengan klien. Kepuasan konsumen tidak hanya dipengaruhi oleh hasil akhir dari proyek atau program yang dijalankan, tetapi juga oleh bagaimana layanan tersebut diberikan. Dua aspek utama yang menjadi tolok ukur dalam menilai kualitas jasa konsultasi adalah kualitas produk (solutions provided) dan kualitas pelayanan (service delivery).

Kualitas produk merujuk pada seberapa tepat, relevan, dan efektif solusi yang diberikan dalam menjawab tantangan bisnis klien. Solusi yang berkualitas tinggi mencerminkan pemahaman mendalam terhadap industri klien, ketepatan strategi yang disusun, serta potensi implementasi yang realistis dan berdampak positif. Sementara itu, kualitas pelayanan lebih berfokus pada proses interaksi antara konsultan dan klien, mencakup komunikasi yang jelas, sikap profesional, kemampuan mendengar kebutuhan klien, hingga kecepatan dan ketepatan dalam memberikan respon.

Kepuasan pelanggan dalam jasa konsultasi sangat bergantung pada persepsi terhadap kedua dimensi tersebut. Konsumen yang merasa bahwa solusi yang diberikan sesuai dengan harapan dan dilayani secara

profesional cenderung akan merasa puas, loyal, dan berpotensi melakukan kerja sama jangka panjang. Sebaliknya, ketidakpuasan dalam satu aspek saja dapat mempengaruhi persepsi terhadap keseluruhan layanan. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan seperti Andaf Corp untuk menjaga keseimbangan antara kualitas produk dan kualitas pelayanan demi memastikan pengalaman pelanggan yang optimal.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji lebih dalam mengenai pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Andaf Corp. Dalam penelitian ini, kualitas produk akan dianalisis dari sudut pandang efektivitas solusi yang diberikan, sementara kualitas pelayanan akan dilihat dari aspek interaksi selama proses konsultasi berlangsung. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya mengukur kepuasan secara umum, tetapi juga mengevaluasi sejauh mana dua faktor tersebut memengaruhi persepsi dan pengalaman konsumen secara keseluruhan.

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis bagi Andaf Corp dalam meningkatkan standar layanan mereka. Temuan yang diperoleh dapat digunakan sebagai dasar untuk menyusun strategi pengembangan kualitas layanan, baik dari segi kompetensi konsultan, pendekatan komunikasi dengan klien, maupun inovasi dalam penyusunan solusi bisnis. Selain itu, hasil penelitian ini juga diharapkan mampu memberikan masukan bagi perusahaan jasa konsultasi lainnya

dalam mengelola ekspektasi klien dan mempertahankan kepuasan pelanggan di tengah tantangan pasar yang dinamis.

Lebih lanjut, dari sisi akademik, penelitian ini dapat memperkaya literatur mengenai manajemen jasa profesional, khususnya dalam memahami peran integratif antara kualitas hasil dan kualitas proses dalam membentuk kepuasan pelanggan. Dalam konteks jasa yang sifatnya intangible dan sangat tergantung pada hubungan interpersonal, temuan ini juga dapat memberikan gambaran konkret mengenai bagaimana perusahaan jasa dapat menciptakan nilai melalui pengalaman konsumen yang positif.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa jasa konsultasi bisnis seperti yang ditawarkan oleh Andaf Corp memiliki peranan strategis dalam ekosistem bisnis modern. Namun, untuk dapat bersaing dan memberikan nilai tambah secara berkelanjutan, perusahaan konsultan harus mampu menjaga kualitas produk dan pelayanan secara konsisten. Kepuasan pelanggan bukan hanya menjadi indikator keberhasilan, tetapi juga menjadi landasan dalam membangun reputasi dan memperluas jangkauan pasar di masa mendatang. Oleh karena itu, pemahaman yang menyeluruh mengenai hubungan antara kualitas layanan dan kepuasan konsumen menjadi sangat penting, baik dari sisi praktis maupun akademis.

Pemilihan Andaf Corp sebagai objek penelitian dalam tugas akhir ini didasari oleh beberapa pertimbangan akademis dan praktis yang

relevan dengan tujuan penelitian. Dalam konteks dunia usaha yang semakin terdigitalisasi, jasa konsultasi memiliki peran yang sangat penting dalam membantu perusahaan menyusun strategi bisnis yang adaptif dan berbasis data. Andaf Corp merupakan salah satu perusahaan jasa konsultan yang bergerak aktif di bidang perencanaan bisnis, pengembangan merek, dan strategi komunikasi pemasaran, yang saat ini sangat dibutuhkan oleh banyak pelaku usaha, terutama dalam menghadapi tantangan pasar yang dinamis.

Sebagai perusahaan yang sedang berkembang di Kota Bekasi, Andaf Corp menawarkan berbagai layanan konsultatif yang terintegrasi, mulai dari riset pasar, pengembangan konten digital, hingga pelatihan manajemen bisnis untuk klien dari berbagai sektor. Perusahaan ini telah menunjukkan konsistensi dalam mengedepankan pendekatan strategis dan berbasis kebutuhan klien, menjadikannya objek yang relevan untuk dikaji dalam konteks pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Alasan lainnya adalah karena Andaf Corp memiliki keterbukaan terhadap kegiatan akademik, khususnya dalam mendukung proses pengumpulan data dan wawancara untuk kebutuhan penelitian. Aksesibilitas terhadap data dan komunikasi yang terjalin dengan baik antara peneliti dan pihak perusahaan menjadi nilai tambah dalam menjamin keakuratan data primer yang dibutuhkan.

Selain itu, pemilihan Andaf Corp juga didorong oleh minat peneliti dalam bidang pemasaran dan manajemen layanan. Fokus penelitian ini pada aspek kualitas produk dan pelayanan dalam menciptakan kepuasan pelanggan selaras dengan kompetensi akademik yang peneliti miliki, serta memiliki relevansi terhadap praktik bisnis yang berkembang saat ini. Dengan demikian, hasil dari penelitian ini diharapkan tidak hanya bermanfaat secara ilmiah, tetapi juga dapat memberikan masukan yang konstruktif bagi pengembangan kualitas layanan Andaf Corp ke depan.

1.2 Rumusan Masalah

Dari rangkaian permasalahan yang ada, berikut rumusan masalah yang diangkat oleh penulis:

1. Bagaimana implementasi kualitas pelayanan terhadap tingkat retensi pelanggan di Andaf Corp selama periode Juli–Agustus 2023?
2. Apa saja kendala yang menyebabkan penundaan proyek, dan bagaimana kaitannya dengan persepsi kualitas layanan di mata pelanggan?
3. Bagaimana performa tim internal berkontribusi terhadap kepuasan pelanggan?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat retensi pelanggan di Andaf Corp.

2. Mengidentifikasi kendala proyek yang menyebabkan penundaan dan mengkaji dampaknya terhadap persepsi layanan konsumen.
3. Menganalisis kontribusi performa tim internal terhadap kepuasan pelanggan.

1.4 Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode studi kasus. Data dikumpulkan melalui observasi langsung, serta dokumentasi laporan operasional perusahaan. Pendekatan ini bertujuan untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika dalam penulisan ini terdiri dari lima bab, dimana masing-masing bab terdiri atas:

a. BAB I: PENDAHULUAN

Pada Bab ini Menjelaskan dan Menggambarkan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penulisan, manfaat penulisan, tempat dan waktu magang, serta sistematika penulisan laporan.

b. BAB II: LANDASAN TEORI

Dalam bab ini membahas teori-teori yang relevan mengenai kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen sebagai landasan dalam analisis.

c. BAB III: GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini menggambarkan tentang profil umum Perusahaan seperti Sejarah atau latar belakang Perusahaan serta perkembangannya, visi misi Perusahaan, struktur organisasi dan tugasnya di Perusahaan.

d. BAB IV: PEMBAHASAN

Bab ini berisi analisis hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Andaf Corp di Kota Bekasi, berdasarkan data yang diperoleh dari data dokumentasi laporan operasional perusahaan dan observasi selama masa penelitian.

e. BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Andaf Corp di Kota Bekasi, serta saran-saran yang ditujukan kepada perusahaan dan pihak terkait sebagai bahan pertimbangan untuk meningkatkan kualitas pelayanan di masa mendatang.

1.6 Tempat Dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Andaf Corp yang ber Alamat Jl. H. Jebot No.56, RT.004/RW.003, Jatiluhur, Kec. Jatiasih, Kota Bekasi, Jawa Barat 17425. Kegiatan magang ini dilaksanakan 40 (empat puluh) hari kerja.