

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pasar industri *fashion* di Indonesia mengalami peningkatan rata-rata tujuh persen per tahun. Persentase tersebut diprediksi akan terus meningkat hingga tahun 2025 (Cekindo, 2019). Karena pergeseran *tren fashion* serta fungsi pakaian, bisnis konveksi merupakan sektor bisnis yang sangat menjanjikan dengan potensi keuntungan yang sangat besar. Komoditas konveksi merupakan produk yang selalu diminati oleh masyarakat untuk kebutuhan rumah tangga, perkantoran, industri dan pemerintahan. Usaha konveksi didefinisikan sebagai bidang usaha yang memproduksi pakaian dalam jumlah besar berdasarkan permintaan.

Salah satunya adalah PT Matra Digital Group Palembang dimana mempunyai produk kaos dengan nama *brand* Dezainla yang berdiri sejak 2016. PT Matra Digital Group Palembang melayani pembuatan berbagai kaos *custom* dan *merchandise gathering* yang dapat dipesan tanpa minimum order dan memiliki keunggulan yaitu *no charge* pada pembuatan *design*.

Dari awal berdiri, penjualan PT Matra Digital Group Palembang meningkat sebesar 40 persen. Namun berdasarkan observasi awal penelitian, PT Matra Digital Group Palembang memiliki data penjualan yang cenderung menurun secara signifikan, pada kuartal pertama hingga kuartal keempat tahun 2021-2022 terus menurun. Padahal pada kuartal kedua hingga kuartal keempat ada *event-event* penting seperti Idul Fitri, Natal dan Tahun Baru, dimana banyak pelanggan menjadi konsumtif untuk menunjang omset Dezainla.

Berdasarkan observasi awal penelitian, meski lokasinya sangat strategis, namun beberapa jasa *custom design* lainnya berada di wilayah yang sama memungkinkan PT Matra Digital Group Palembang harus bersaing. Yang menjadi tantangan bagi PT Matra Digital Group Palembang untuk mencermati perilaku konsumen untuk mendapatkan pelayanan terbaik dan

memberikan nilai tambah bagi pelanggan supaya mampu bersaing dengan pesaing sejenis dalam memperebutkan pasar sasaran. Sehingga hal ini menjadi urgensi dalam penelitian ini.

Pelanggan menginginkan pelayanan yang memuaskan, baik pelayanan fisik maupun psikis, sehingga merasa aman dan nyaman dalam bertransaksi. Pelayanan prima yang diberikan petugas pelayanan secara tidak langsung akan mempengaruhi sikap pelanggan untuk tetap melakukan pembelian di PT Matra Digital Group Palembang atau lebih memilih untuk beralih ke perusahaan lain. Oleh karena itu, pengelola PT Matra Digital Group Palembang harus mampu menyeimbangkan keduanya supaya dapat memenuhi harapan dan mencapai kepuasan pelanggan.

Dalam memberikan pelayanan prima, PT Matra Digital Group Palembang tentunya menuntut seluruh pegawai dan staff yang ada didalamnya untuk memberikan pelayanan yang terbaik khususnya *customer service* karena *customer service* merupakan orang yang lebih banyak menerima pengaduan dari konsumen. Selain itu, *customer service* lebih banyak berinteraksi dengan *customer*.

Dengan demikian, *customer service* harus dapat memberikan pelayanan yang terbaik, sehingga pelanggan merasa puas dan nyaman dengan pelayanan yang diberikan. *Customer service* yang sangat baik didefinisikan sebagai bekerja ekstra dalam membuat pelanggan sangat puas dengan produk atau layanan dalam perusahaan.

Menurut Sari (2021) “*Customer service* adalah sebuah unit kerja yang melayani pelanggan atau calon pelanggan dengan pelayanan yang diberikan berupa pelayanan berdasarkan informasi yang dan pelayanan jasa yang dapat memberikan kepuasan dan bisa menangani keinginan serta keluhan pelanggan”.

Customer service adalah tindakan mengurus kebutuhan pelanggan dengan memberikan layanan berkualitas tinggi sebelum, selama, dan setelah persyaratan pelanggan terpenuhi. *Customer service* adalah jalur kontak utama

antara organisasi dan pelanggannya, sehingga menjadikan *Customer Service* sebagai aspek penting dan prioritas utama.

Customer service yang hebat melibatkan penyediaan layanan berkualitas dengan menggunakan media keterlibatan pelanggan dengan teknologi. Namun berdasarkan hasil pra survei yang dilakukan mendapatkan hasil bahwa persentase tingkat ketidakpuasan *customer* terhadap layanan *customer service* PT Matra Digital Group Palembang, jauh lebih tinggi dibandingkan tingkat kepuasan *customer* terhadap pelayanannya. Hal tersebut dapat dilihat dari diagram berikut



Gambar 1.1 Persentase Tingkat Kepuasan Layanan *Customer Service* PT Matra Digital Group Palembang
Sumber: Prasurvei, 2021

Dari diagram diatas dapat dilihat bahwa dari 100 responden pelanggan PT Matra Digital Group Palembang, sebanyak 21% menyatakan puas dengan layanan sedangkan 79% menjawab tidak puas. Dari 79% *customer* yang menjawab tidak puas tersebut diketahui rata-rata alasannya berkaitan dengan pelayanan yang diberikan *customer service* PT Matra Digital Group Palembang terutama dalam hal pembayaran secara konvensional atau tunai yang dirasa sedikit lambat dan kurang memuaskan *customer*.

Dari fenomena yang pernah terjadi di PT Matra Digital Group, maka dari itu mulai Februari 2022 PT Matra Digital Group Palembang beralih menggunakan layanan pembayaran digital QRIS namun masih tetap mempertahankan konvensional atau tunai.

Layanan pembayaran digital QRIS tersebut dirasa dapat menunjang dan meminimalisir kemungkinan terjadinya penyelewengan wewenang kembali serta dirasakan dapat lebih memudahkan *customer* dalam melakukan pembayaran di era digital seperti saat ini dan dapat membangun kembali kepercayaan *customer* kepada PT Matra Digital Group Palembang.

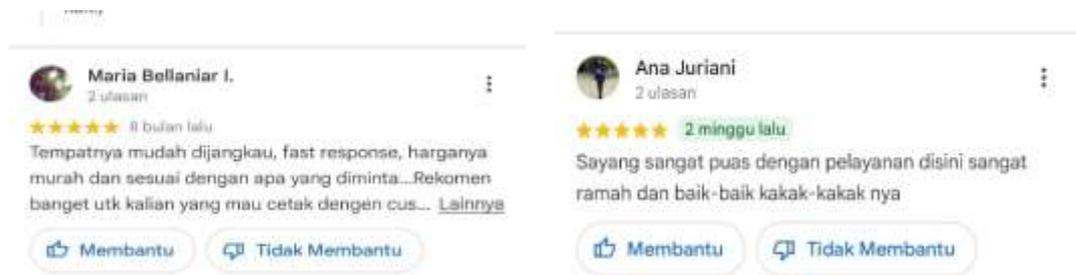
Transisi ke teknologi digital dan reformasi legislatif memungkinkan transmisi aplikasi digital melalui jaringan seluler dan tetap supaya sesuai dengan kebutuhan individu pada era digitalisasi (Al-Marroof et al., 2021; Suleman et al., 2021).

Pergeseran ekspektasi pelanggan dan permintaan ekstra dari pelanggan di berbagai sektor untuk bertransformasi ke digital. Harapan pelanggan baru berarti standar baru tingkat kualitas layanan yang diharapkan pelanggan (Sweis et al., 2019).

Ekspektasi baru dari pelanggan menciptakan beban tambahan pada perusahaan untuk mengubah kebijakan untuk membuka lebih banyak platform digital salah satunya QRIS (Asha' al et al., 2019; Obeidat et al., 2021).

QRIS sebagai pembayaran saat ini tidak diragukan lagi dapat menjadi solusi bagi PT Matra Digital Group Palembang. Strategi pelayanan prima melalui QRIS ini dapat digunakan oleh PT Matra Digital Group Palembang sebagai keunggulan bersaing untuk menghadapi pesaing-pesaing usaha sejenis, sehingga dapat meningkatkan kembali kepuasan dan kepercayaan *customer* terhadap layanan yang diberikan *customer service* PT Matra Digital Group Palembang.

Terutama dalam layanan pembayaran digital QRIS yang tentunya akan berdampak kepada naiknya kembali jumlah penjualan PT Matra Digital Group Palembang. Hal ini dapat dibuktikan dari rating yang diberikan *customer* di *google profil* yang menyatakan bahwa pelayanan yang diberikan *customer service* sudah baik. Berikut penilaian yang diberikan *customer* di *google profil*.



Gambar 1.2 Rating PT Matra Digital Group Palembang di Google Profil

Sumber: Google Profil, 2023

Namun demikian, masih terdapat beberapa kendala dalam memanfaatkan keberadaan QRIS sebagai metode transaksi masih terbilang baru di PT Matra Digital Group Palembang yaitu berupa masih kurangnya pengetahuan *customer* untuk menggunakan pembayaran via digital QRIS serta masih sesekali terjadinya gangguan ketika menggunakan pembayaran via digital QRIS di PT Matra Digital Group Palembang.

Berdasarkan latar belakang diatas, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana cara pelayanan prima yang diberikan *customer service* untuk membangun kepuasan *customer* serta untuk meningkatkan kembali penjualan PT Matra Digital Group Palembang melalui pembayaran digital QRIS. Sehingga penelitian ini diberi judul, “**PELAYANAN PRIMA CUSTOMER SERVICE MELALUI PEMBAYARAN DIGITAL QRIS DI PT MATRA DIGITAL GROUP PALEMBANG**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka tersusun rumusan masalah yang akan dikaji sebagai berikut:

1. Bagaimana pelayanan prima yang diberikan *customer service* melalui metode alat pembayaran digital QRIS pada PT Matra Digital Group Palembang?
2. Bagaimana kepuasan pelanggan (*customer statisfation*) terhadap pelayanan yang diberikan *customer service* PT Matra Digital Group

Palembang dalam penggunaan metode alat pembayaran QRIS?

1.3 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini dibatasi pada pembahasan terkait membahas kepuasan pelanggan melalui layanan pembayaran digital QRIS Pada PT Matra Digital Group Palembang. Adapun objek penelitian beralamat di PT Matra Digital Group Palembang yang bertempat di Pipa Jaya, Kecamatan Kemuning, Kota Palembang, Sumatera Selatan

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, penulis bertujuan untuk:

1. Mengetahui pelayanan prima yang diberikan *Customer service* melalui metode alat pembayaran digital QRIS pada PT Matra Digital Group Palembang.
2. Mengetahui kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) dalam penggunaan QRIS sebagai metode alat pembayaran digital yang digunakan PT Matra Digital Group Palembang.

1.4.2 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diperoleh dalam pembuatan Laporan Akhir ini yaitu:

a. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan menjadi pengetahuan mengenai analisis pelayanan prima *customer service* yang berorientasi pada kepuasan pelanggan dalam menggunakan alat pembayaran digital *QRIS* pada PT Matra Digital Group Palembang.

Dalam hal kepentingan Ilmiah, diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berguna bagi ilmu pengetahuan intelektual di bidang efisiensi *customer service* yang berorientasi pada kepuasan pelanggan menggunakan alat pembayaran digital

QRIS pada perusahaan serta dapat dijadikan sebagai bahan acuan bagi peneliti yang akan mengadakan penelitian secara lebih mendalam terhadap permasalahan yang sama pada periode yang akan datang.

b. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi perusahaan khususnya PT Matra Digital Group Palembang terkait efisiensi pelayanan prima *customer service* yang berorientasi pada kepuasan pelanggan menggunakan alat pembayaran *QRIS*.

c. Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pembelajaran dan pengaplikasian tentang ilmu pengetahuan di bidang pelayanan prima khususnya pada jurusan Administrasi bisnis dan sebagai referensi bagi mahasiswa untuk melakukan penelitian dengan topik yang sejenis.

1.5 Metode Penelitian

1.5.1 Pendekatan Penelitian

Dipandang dari segi prosedur yang ditempuh penulis dalam aktifitas penelitian, laporan akhir ini menerapkan pendekatan penelitian kualitatif. Pendekatan penelitian kualitatif ialah penelitian dengan memahami fenomena mengenai apa saja yang dinilai berdasarkan subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan.

Penelitian kualitatif menurut Sugiyono (dalam Metode Penelitian kualitatif, 2018:9-10), merupakan penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme atau entrepretif, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, di mana penelitian adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan observasi, wawancara, dokumentasi), data yang diperoleh cenderung data kualitatif, analisis data bersifat

induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif bersifat untuk memahami makna, memahami keunikan, mengkonstruksi fenomena, serta menemukan hipotesis.

Penelitian dengan menggunakan metode kualitatif menekankan analisis proses berfikir secara induktif yang berkaitan dengan dinamika hubungan antara fenomena yang diamati, dan senantiasa menggunakan logika ilmiah. Penelitian kualitatif tidak berarti tanpa menggunakan dukungan dari data kuantitatif, tetapi lebih ditekankan pada kedalaman berfikir formal dari peneliti dalam menjawab permasalahan yang dihadapi.

Sesuai dengan permasalahan dan tujuan yang disampaikan sebelumnya, maka metode penelitian ini bersifat deskriptif yang berusaha memberikan gambaran mengenai cara pelayanan prima yang diberikan *customer service* untuk membangun kepuasan *customer* serta untuk mengetahui tingkat kepuasan (*customer satisfaction*) dalam penggunaan QRIS di PT Matra Digital Group Palembang.

Adapun jenis penelitian yang penulis gunakan adalah penelitian kualitatif sehingga penulis harus memiliki bekal berupa teori dan wawasan luas supaya mampu bertanya, memotret, menganalisis, serta meneliti sehingga menjadi lebih jelas dan bermakna.

1.5.2 Jenis dan Sumber Data

a. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian Laporan Akhir ini menggunakan data kualitatif. Menurut Sugiyono (2018) “Data kuantitatif adalah data yang berbentuk kalimat, kata atau gambar”.

Peneliti mendapatkan data kualitatif melalui wawancara secara langsung kepada Ibu Fitria Mayang selaku *customer service*, Bapak Deni Setiawan selaku HRD dan Bapak Riski Saputra selaku CEO PT Matra Digital Group Palembang, serta wawancara langsung kepada 10 *customer* setia PT Matra Digital

Group Palembang.

Selain itu juga peneliti mendapatkan data kualitatif dari observasi, dokumen-dokumen, serta teori-teori mengenai pelayanan prima.

b. Sumber Data

1. Data Primer

Menurut Sugiyono (2018:456) “Data Primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data”.

Penulis memperoleh dan mengumpulkan data primer untuk menyusun laporan lahir melalui observasi dengan mengunjungi PT Matra Digital Group Palembang serta wawancara secara langsung Ibu Fitria Mayang selaku *customer service*, Bapak Deni Setiawan selaku HRD dan Bapak Riski Saputra selaku CEO PT Matra Digital Group Palembang, serta wawancara langsung kepada 10 *customer* setia PT Matra Digital Group Palembang.

2. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2018:456) “Data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data”.

Data sekunder yang penulis peroleh dari berbagai sumber, misalnya dokumen-dokumen dari perusahaan seperti SOP *customer service*, sejarah perusahaan, struktur organisasi serta sumber-sumber pustaka lainnya yang berhubungan dengan bidang yang diteliti yaitu pelayanan prima.

1.5.3 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penyusunan Laporan Akhir ini, diperlukan data yang

relevan antara teori dan praktek dengan permasalahan pokok yang dibahas, baik data yang didapatkan secara langsung maupun data-data sekunder yang didapat dari berbagai sumber-sumber pustaka lainnya.

Beberapa teknik pengumpulan data yang penulis gunakan dalam penyusunan Laporan Akhir yaitu sebagai berikut :

1. Pengamatan (Observasi)

Menurut Sugiyono (2018:229) “Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain”.

Menurut Sugiyono (2018:229), “observasi merupakan teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain.

Observasi dilakukan untuk melakukan informasi tentang kelakuan yang terjadi dalam kenyataan. Observasi juga berfungsi sebagai hasil yang dapat memperoleh gambaran lebih jelas tentang permasalahan dan mungkin petunjuk-petunjuk dalam memecahkannya.

Dalam kegiatan observasi ini, penulis melakukan kunjungan secara langsung ke PT Matra Digital Group Palembang dan melakukan pengamatan mengamati cara pelayanan prima yang dilakukan *customer service* PT Matra Digital Group Palembang.

2. Riset Lapangan (*Field Research*)

a. Wawancara

Menurut Sugiyono (2018) “Wawancara adalah teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal yang lebih mendalam dan jumlah respondenya sedikit atau kecil”.

Dalam kegiatan wawancara ini, pihak yang akan menjadi narasumber dalam penelitian ini adalah Ibu Fitria Mayang selaku *customer service*, Bapak Deni Setiawan selaku HRD dan Bapak Riski Saputra selaku CEO PT Matra Digital Group Palembang. Serta wawancara langsung kepada 10 *customer* setia PT Matra Digital Group Palembang.

Melalui wawancara yang dilakukan, diharapkan peneliti dapat mengetahui hal-hal yang lebih mendalam tentang partisipan dalam menginterpretasikan situasi dan fenomena yang terjadi, dimana hal ini tidak dapat ditemukan melalui metode observasi.

b. Dokumentasi (Documentation)

Menurut Sugiyono (2018:476) “Dokumentasi adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan, angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian”.

Hasil observasi atau wawancara akan lebih kredibel atau dapat dipercaya jika didukung oleh hasil dokumentasi yang terkait dengan penelitian. Dengan teknik pengumpulan data ini, penulis dapat menjadikan dokumentasi untuk memperkuat hasil observasi dan wawancara yang telah penulis lakukan dalam meneliti pelayanan prima *customer service* PT Matra Digital Group Palembang.

3. Riset Kepustakaan (*Library Research*)

Menurut Sugiyono (2018:291) “Riset kepustakaan berkaitan dengan kajian secara teori melalui referensi-referensi terkait dengan nilai, budaya, dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti”.

Dalam melaksanakan metode ini, penulis mengumpulkan data yang diperlukan melalui referensi dapat berupa jurnal, buku, internet maupun sumber-sumber pustaka lainnya yang berhubungan dengan masalah tentang pelayanan prima *customer service*.

1.5.4 Key Informan

Menurut Sugiyono (2017:25) “Informan Kunci (*Key informan*) adalah orang yang memiliki kekuasaan, pengetahuan umum dan memberikan kesempatan kepada peneliti untuk bisa menjelajahi semua objek yang diteliti”. Dalam penelitian ini, Informan Kunci (*Key informan*) adalah Ibu Fitria Mayang selaku *Customer service* PT Matra Digital Group Palembang, Bapak Deni Setiawan selaku HRD PT Matra Digital Group Palembang dan Bapak Riski Saputra selaku CEO PT Matra Digital Group Palembang.

1.5.5 Analisis Data

Menurut Sugiyono (2018) “Analisis data adalah bagian dari proses pengujian data yang hasilnya digunakan sebagai bukti yang memadai untuk menarik simpulan”.

Adapun tujuan dari analisis data dalam penelitian adalah memecahkan masalah-masalah penelitian, memberikan jawaban terhadap rumusan masalah yang telah diajukan dalam penelitian serta sebagai bahan untuk membuat simpulan dan saran yang berguna untuk kebijakan penelitian selanjutnya.

Dalam penyusunan Laporan Akhir ini penulis akan menggunakan metode analisis data secara deskriptif kualitatif yaitu peneliti akan mendeskripsikan atau menggambarkan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai faktor-faktor yang tampak atau sebagaimana adanya.

Pada pembahasan berupa uraian-uraian menggunakan referensi baik dari literatur, buku, dan teori yang berhubungan dengan masalah-masalah yang dihadapi, sehingga dapat diambil suatu kesimpulan yang dapat dijadikan bahan untuk menjawab permasalahan yang ada.

Data yang diperoleh dan dianalisa mengacu pada teori-teori mengenai indikator pelayanan prima yang dilakukan *customer service* melalui pembayaran digital QRIS di PT Matra Digital Group Palembang.