

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Industri pernikahan adalah salah satu sektor ekonomi yang terus berkembang pesat di belahan dunia, termasuk di Indonesia. Pernikahan merupakan peristiwa penting dalam kehidupan manusia yang menyatukan dua individu dalam sebuah ikatan hukum dan sosial. Tidak hanya sekedar seremonial, pernikahan menjadi acara yang melibatkan berbagai aspek budaya, sosial, dan ekonomi.

Seiring dengan peningkatan standar hidup dan perubahan gaya hidup masyarakat, industri pernikahan mengalami pertumbuhan yang signifikan. Pasangan yang ingin menikah cenderung menginginkan pernikahan yang unik dan terorganisir dengan baik. Hal ini mendorong munculnya berbagai layanan pendukung pernikahan, salah satunya adalah *Wedding Organizer*. Sumarsono (dalam Aulia, dkk.2020), mengemukakan *Wedding Organizer* adalah sebuah badan jasa yang bertugas melayani jasa dalam bidang pernikahan. Secara inti bertanggungjawab penuh dalam membantu perencanaan dan memastikan bahwa pernikahan berjalan lancar sesuai harapan pasangan pengantin. Perencanaan ini mencakup langkah-langkah mulai dari pemilihan konsep pernikahan oleh calon pengantin hingga pelaksanaan hari pernikahan.

Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) yang menuliskan bahwa pada tahun 2015 hingga 2018 angka pernikahan di Bekasi terus bertambah, puncak tertinggi terjadi pada tahun 2018 tercatat sebanyak 17.461 pernikahan. Angka pernikahan di seluruh Indonesia yang di peroleh dari data Badan Pusat Statistik (BPS), kota Bekasi mengalami penurunan angka pernikahan pada tahun 2020 hingga 2023. Data statistik yang ditampilkan BPS tersebut menunjukkan bahwa pada tahun 2020 angka pernikahan di Bekasi sebanyak 15.233 pernikahan, pada tahun 2021 mengalami penurunan menjadi 14.763 pernikahan, kemudian tahun 2022 menjadi 13.676 pernikahan dan tahun 2023 kembali turun dengan angka 12.588 pernikahan. Data menunjukkan bahwa angka pernikahan mengalami penurunan signifikan selama periode 2020 hingga 2023. Meskipun begitu, persaingan di antara jasa

*wedding organizer* justru semakin ketat. *wedding organizer* berusaha untuk berinovasi dan beradaptasi dengan kondisi baru agar tetap bertahan dan berkembang di tengah persaingan yang meningkat. Untuk mempertahankan kelangsungan hidup dengan berfokus pada layanan yang memberikan kepuasan dapat membantu perusahaan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan. Kepuasan merupakan salah satu kunci untuk mempertahankan pelanggan.

Kepuasan pelanggan adalah sejauh mana manfaat suatu produk atau layanan dirasakan sesuai dengan harapan konsumen (Tjiptono dalam Arianty, 2015:74). Sedangkan menurut Kotler dan Keller (2018:138) Kepuasan adalah Perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul ketika membandingkan kinerja produk yang di rasakan dengan harapan. Jika kinerja tidak memenuhi harapan, pelanggan akan merasa tidak puas. Jika kinerja melebihi harapan pelanggan, pelanggan akan merasa sangat puas. Jamaludin (2018), menyatakan bahwa Kepuasan pelanggan merupakan salah satu faktor utama yang menghubungkan perusahaan dan pelanggan dalam jangka panjang.

Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya menurut Fikri & Ritonga (2017) diacu dalam (Rahmah, 2020) menyatakan ada lima faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan diantaranya kualitas pelayanan, kualitas produk, emosional, harga dan biaya. Sedangkan menurut Arboretti et al (2014) diacu dalam (Chandra et al., 2020) yang terdiri dari mutu produk atau jasa, mutu pelayanan, harga, waktu dan keamanan. Adapun faktor lain menurut Alexandra & Siregar (2015) diacu dalam (Chandra et al., 2020) faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan meliputi kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, faktor emosional, dan kemudahan.

Salah satu penyelenggara bidang pernikahan di Bekasi adalah Shofi Wedding Organizer. Shofi Wedding Organizer adalah Wedding Organizer yang berdiri pada tahun 2009 lebih tepatnya terletak di daerah Bintara, Bekasi Barat. Bermula dari belajar kursus merias wajah, kini Shofi Wedding Organizer sudah mencakup berbagai aspek perencanaan dan pelaksanaan pernikahan, termasuk venue, dekorasi, rias, busana, catering, dan juga entertainment. Selain itu, shofi wedding memiliki keunggulan dengan slogan nya yaitu “Nikah tak perlu mahal, Harga

terjangkau” dengan menawarkan paket pernikahan yang sesuai dengan berbagai anggaran. Shofi wedding menyediakan opsi paket pernikahan mulai dari yang sangat minim dengan acara pernikahan sederhana hingga paket pernikahan yang lebih mewah.

Data Pelanggan Shofi Wedding Tahun 2021-2024  
Tabel 1 1 Data Pelanggan Shofi Wedding Tahun 2021-2024

No.	Bulan	Jumlah Pelanggan			
		2021	2022	2023	2024
1	Januari	7	5	2	5
2	Februari	6	5	2	3
3	Maret	5	3	1	2
4	April	0	0	1	3
5	Mei	0	8	4	5
6	Juni	4	3	0	4
7	Juli	4	10	4	-
8	Agustus	8	2	4	-
9	September	4	3	2	-
10	Oktober	5	4	4	-
11	November	4	2	1	-
12	Desember	5	5	4	-
<b>Total</b>		<b>52</b>	<b>49</b>	<b>25</b>	<b>-</b>

Sumber : Primer Shofi Wedding Organizer

Dari tabel di atas dapat dilihat data jumlah pelanggan yang menggunakan jasa Shofi Wedding Organizer dari tahun 2021 hingga 2023, dengan data awal tahun 2024. Selama Covid-19 pada tahun 2021, terdapat total 52 pelanggan yang menggunakan jasa ini. Jumlah pelanggan sedikit mengalami penurunan menjadi 49 pelanggan pada tahun 2022, dan mengalami penurunan yang signifikan menjadi 25 pelanggan pada tahun 2023. Penurunan ini disebabkan oleh ketidakstabilan ekonomi yang membuat beberapa pasangan menunda atau mengurangi kebutuhan akan layanan wedding organizer, sehingga terjadi penurunan jumlah pelanggan pada tahun-tahun berikutnya. Hal ini tentu perlu diperhatikan Shofi Wedding Organizer karena akan mempengaruhi kemajuan bisnis.

Berdasarkan data pelanggan, terlihat adanya fluktuasi jumlah pelanggan setiap bulan. Namun, secara umum mengalami penurunan dari tahun ke tahun. Misalnya, pada bulan Januari, jumlah pelanggan stabil dari tahun 2021 hingga 2022, tetapi menurun pada tahun 2023, dan sedikit mengalami peningkatan pada tahun 2024. Akibat dari penurunan jumlah pelanggan, perusahaan mengalami penurunan penghasilan dan terpaksa melakukan pengurangan karyawan.

Dari hasil observasi awal yang dilakukan peneliti terhadap dua pengantin yang

telah menggunakan jasa Shofi Wedding Organizer, peneliti menemukan permasalahan yang mempengaruhi ketidakpuasan pelanggan, terutama terkait kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diterima dari Shofi Wedding Organizer. Salah satu pengantin mengeluhkan bahwa dekorasi yang disediakan pada hari pernikahan terdapat beberapa elemen dekorasi yang terlihat kurang rapi dan tidak sesuai dengan tema yang diinginkan. Selain itu, kedua pengantin merasa hasil fotografi dan videografi tidak memuaskan. Ada beberapa momen penting yang tidak terekam dengan baik dan hasil akhir editing foto yang tidak memenuhi harapan. Hasil riasan yang dianggap kurang profesional atau tidak tahan lama selama acara berlangsung juga membuat pengantin merasa kurang percaya diri di hari pernikahan.

Fenomena tingkat kepuasan perlu menjadi perhatian Shofi Wedding Organizer karena dapat berimplikasi pada loyalitas pelanggan, reputasi perusahaan, dan pertumbuhan bisnis di masa depan. Kepuasan pelanggan terhadap Shofi Wedding Organizer sangat penting, karena ketika pelanggan merasa puas, pelanggan tersebut cenderung untuk menggunakan kembali dan merekomendasikannya kepada orang lain. Sebaliknya, jika pelanggan merasa tidak puas, perusahaan harus mencari tahu penyebab ketidakpuasan tersebut dan mengambil langkah-langkah untuk menarik pelanggan kembali. Strategi ini bisa digunakan untuk mempertahankan dan meningkatkan jumlah pelanggan.

Sejauh ini penelitian terkait kepuasan dari kualitas jasa *wedding organizer* sudah banyak dilakukan. Penelitian-penelitian yang berhasil mempublikasikan masalah tersebut antara lain penelitian terbaru yang dilakukan oleh Wuysang dkk (2022) dengan judul “*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Lyora Wedding Organizer*”. Penelitian ini menitikberatkan pada hubungan positif yang linear antara kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak *wedding organizer* dan efek kepuasannya pada pengguna. Hasil penelitian menunjukkan bahwa jika ada pelayanan yang baik dan berkualitas, maka kepercayaan dari konsumen akan muncul sehingga akan menjadi bahan keputusan konsumen untuk memilih jasa tersebut. Penelitian serupa juga dilakukan oleh Citra Rizkiana dkk (2023), penelitian tersebut berjudul “*Pengaruh harga, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada produk jasa wedding*

*organizer*”. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain regresi linier berganda. Hasil penelitian mengindikasikan bahwa harga, kemasifan promosi, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap pemenuhan ekspektasi konsumen.

Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh Widya Dwi Yuliatwati (2016) dengan judul “*Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam menggunakan jasa Anang Wedding And Event Organizer DS. Tanjung Rejo Kec. Badegan Ponorogo*”. Penelitian ini menggunakan metode analisis data yaitu regresi linier berganda dari konsumen yang menggunakan jasa Anang Wedding And Event Organizer. Hasil yang didapatkan menunjukkan keputusan pembelian dipengaruhi oleh harga, kualitas pelayanan, dan promosi, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Selain itu, Penelitian yang dilakukan oleh Ayu Alenda, Ditya et al (2021) dengan judul "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Shopeepay". Teknik pengumpulan data menggunakan angket penelitian ini menemukan bahwa seluruh indikator dari faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen berada dalam satu kategori tingkat kepuasan yaitu dalam kategori puas. Penelitian yang dilakukan menunjukkan hasil bahwa kualitas pelayanan, kualitas produk, harga dan promosi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berbeda dengan penelitian sebelumnya, objek yang dipilih dalam penelitian ini adalah Shofi Wedding Organizer dengan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui dokumentasi, wawancara, dan observasi lapangan. Penelitian ini akan berusaha untuk menganalisis faktor apa saja yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada jasa Shofi Wedding Organizer. Hasil penelitian ini akan sangat berguna bagi peneliti yang concern terhadap kepuasan atau pemenuhan ekspektasi pelanggan. Beberapa faktor yang peneliti hendak analisis dalam penelitian ini antara lain faktor kualitas layanan, harga, kualitas produk, kemudahan, dan faktor emosional. Kemudian, peneliti juga berusaha untuk menganalisis upaya pemilik Shofi Wedding Organizer dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, penelitian ini akan berfokus pada “**Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Shofi Wedding Organizer di Bekasi**”.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut:

1. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan pelanggan Shofi Wedding Organizer di Bekasi?
2. Bagaimana usaha pemilik wedding organizer dalam meningkatkan kepuasan pelanggan?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan pelanggan Shofi Wedding Organizer di Bekasi.
2. Untuk mengetahui usaha pemilik wedding organizer dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti  
Diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan yang lebih mendalam berkaitan dengan kepuasan pelanggan, faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan, dan bagaimana meningkatkan kepuasan pelanggan seperti jasa wedding organizer, serta meningkatkan kredibilitas dan profesionalisme peneliti yang bermanfaat untuk pengembangan karir di masa depan.
2. Bagi perusahaan  
Diharapkan penelitian ini dapat menjadi masukan yang dipertimbangkan sebagai upaya meningkatkan kepuasan pelanggan dalam merumuskan program dan tujuan serta pengambilan keputusan strategis dalam rangka pengembangan perusahaan.
3. Bagi Lembaga  
Diharapkan kegunaan penelitian ini dapat menambah kajian ilmu mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Di

samping itu hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian yang sama di kemudian hari.

