

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Photobooth berasal dari kata *photo* (fotografi) yang berarti kegiatan memotret suatu objek, dan *booth* dapat digunakan untuk menyebut *stand* atau panggung. Secara umum *photobooth* merupakan sebuah lokasi untuk mengambil foto, lokasi tersebut dapat berupa *booth* atau panggung dimana pengunjung atau masyarakat hadir tepat di depan *booth* yang telah disiapkan. *Photobooth* ini sering dihias untuk menambah daya tarik. Mulai tahun 2018, *photo booth* mulai digunakan masyarakat di berbagai acara penting seperti pernikahan dan acara kemeriahan lainnya. Hal ini disebabkan semakin meningkatnya minat masyarakat untuk menggunakan foto pada acara-acara dan minat masyarakat terhadap *photobooth* karena keunikannya. Pada umumnya *photobooth* dihias semenarik mungkin dan memiliki keunikan tersendiri sehingga mampu membuat aktivitas *selfie* menjadi lebih menarik. *Photobooth* mempunyai kemampuan mencetak foto *on the spot* atau langsung di tempat. Foto atau kertas foto yang sudah dicetak akan ditempelkan pada kertas yang berisi desain yang disebut bingkai foto. Hasil cetakannya kemudian akan diberikan kepada peserta acara sebagai kenang-kenangan. Dengan semakin meningkatnya animo masyarakat, semakin banyak pula jumlah pelaku usaha yang menawarkan *photobooth*.

Perkembangan teknologi fotografi yang semakin maju seiring dengan perkembangan teknologi *global*, dapat membentuk suatu model atau jenis usaha baru dalam dunia fotografi. Banyak jenis bisnis di bidang fotografi yang sebelumnya fokus pada pendokumentasian suatu prosesi acara kini memiliki pilihan lain yang dapat berkembang tanpa harus memegang kamera secara fisik. Model *photobooth* yang mulai dikenal khususnya kepada masyarakat Kota Bandung adalah model *photobooth* dimana *file* foto dicetak di tempat dan pelanggan akan menyewa jasa ini sebagai oleh-oleh atau cinderamata dari orang yang dicintainya untuk para tamu. Jasa ini biasanya dikhususkan untuk acara-acara besar seperti pernikahan karena biaya sewa jasa ini cukup mahal.



Gambar 1. 1 Logo Perusahaan

Mutara Visual merupakan usaha yang bergerak dibidang penyedia jasa foto dan cetak yang berlokasi di komplek Sapta taruna PU Blok B, No. 141, Kec. Bandung Kidul, Kota Bandung, Jawa Barat. Visi dari Mutara Visual adalah “we provide a memorable photo experience” yang berarti kami memberikan pengalaman foto yang mengesankan. Misi dari Perusahaan Mutara Visual adalah menyediakan jasa foto yang berkualitas tinggi, dengan harga terjangkau di pasaran sehingga dapat digunakan siapapun, kapanpun, dimanapun dan mengutamakan kualitas produk dan pelayanan untuk kepuasan konsumen. Target pasar UMKM Mutara Visual ini khususnya untuk seluruh warga Kota Bandung dan umumnya bagi semua kota yang ada di Jawa Barat dan sekitarnya. Dengan menggunakan ads dan media promosi lainnya di sosial media. Mutara Visual juga berkeinginan untuk sering berkolaborasi antar acara *wedding* dengan sistem *sharing profit*. Segmen sasarannya yaitu orang-orang dewasa yang berkeinginan memeriahkan acaranya dengan mengabadikan momen dengan sesuatu hal yang baru. Mutara Visual sendiri memiliki 2 tipe, yaitu *Mirror Photobooth* dan *360 Videobooth*. Harga dari jasa Mutara visual untuk *mirror photobooth* adalah sebagai berikut:

PRICE	
Mirror Photobooth	360 Videobooth
<p>-BRONZE (2hours) Rp. 2.200.000 Interaktif Photo, Full lighting, fun props, pront paper 2For 4R, flashdisk dan free accommodation Bandung only</p> <p>-GOLD (3 hours) Rp. 2.999.000 Interaktif Photo, professional lighting, fun props, pront paper 2For 4R, flashdisk dan free accommodation Bandung only</p> <p>-PLATINUM (5 hours) Rp. 4.999.000 Interaktif Photo, Full lighting, fun props, pront paper 2For 4R, flashdisk dan free accommodation Bandung only</p>	<p>-BROZE (2 hours) Rp. 1.999.999 360o Videobooth, professional lighting, fun props, Ipad for sharing file, flashdisk, free custom freme and song, LED TV 4S, free accommodation Bandung only</p> <p>-GOLD (3 hours) Rp. 2.799.999 360o Videobooth, professional lighting, fun props, Ipad for sharing file, flashdisk, free custom freme and song, LED TV 4S, free accommodation Bandung only</p> <p>-PLATINUM (5 hours) Rp. 3.999.999 360o Videobooth, professional lighting, fun props, Ipad for sharing file, flashdisk, free custom freme and song, LED TV 4S, free accommodation Bandung only</p>

Gambar 1. 2 Harga Sewa Photobooth Mutara Visual

Photobooth Mutara Visual mempunyai kualitas yang baik dengan harga yang terjangkau, karena misi Mutara Visual adalah menyediakan jasa *photo* yang berkualitas tinggi, dengan harga terjangkau di pasaran sehingga dapat digunakan siapapun, kapanpun dan dimanapun. Namun dalam beberapa bulan terakhir cenderung terjadi penurunan pendapatan pada perusahaan Mutara Visual.

Menentukan target pendapatan yang realistis untuk *photobooth* Mutara Visual, memerlukan pendekatan yang didasarkan pada analisis data. Perhitungan target pendapatan didapatkan berdasarkan target *event* setiap bulan berjumlah 5 kali. Perhitungan target pendapatan adalah sebagai berikut.

- Jumlah Event per Bulan: 5 *event*
- Harga Per Event: Rp2.000.000
- Potensi Pendapatan Maksimal = Jumlah Event x Harga Per Event
- Potensi Pendapatan Maksimal = 5 x Rp2.000.000 = Rp10.000.000

Mutara Visual harus mencapai tingkat okupansi 100% (5 *event* penuh setiap bulan) untuk mencapai target pendapatan Rp10.000.000. Untuk perhitungan pendapatan bersih setiap bulannya adalah sebagai berikut.

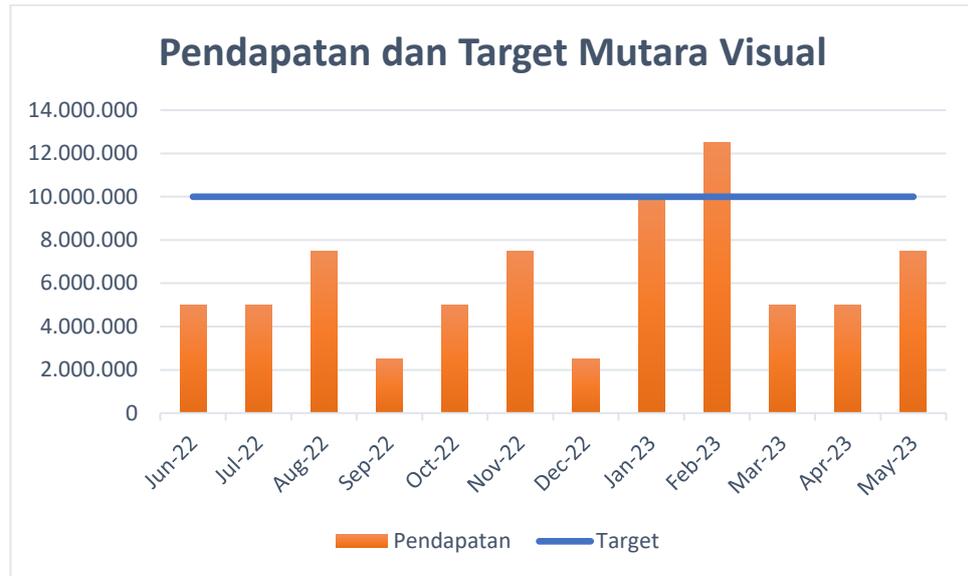
- Pendapatan Bersih = Potensi Pendapatan Maksimal - Biaya Operasional
- Pendapatan Bersih = Rp10.000.000 – Rp5.500.000 = Rp4.500.000

Biaya operasional didapatkan dari biaya bahan bakar transportasi untuk ke Lokasi event, gaji karyawan dan penyediaan aksesoris. Berikut merupakan tabel dari setiap item dan nilai dari pendapatan dan target Mutara Visual.

Tabel 1. 1 Target dan Pendapatan Bersih

Item	Nilai
Target Jumlah Event per Bulan	5 event
Harga per Event	Rp2.000.000
Potensi Pendapatan Maksimal	Rp10.000.000
Tingkat Okupansi yang Diperlukan	100%
Biaya Operasional Bulanan	Rp5.500.000
Pendapatan Bersih	Rp4.500.000

Dari perhitungan pendapatan perbulan, Mutara Visual harus bisa mencapai target dengan *event* minimal 5 kali dalam sebulan dengan target pendapatan berjumlah Rp.10.000.000. Data di bawah ini merupakan hasil pendapatan dari Mutara Visual dalam 1 tahun mulai dari 22 Juni 2023 sampai 23 May 2023.



Gambar 1. 3 Pendapatan dan Target Mutara Visual

Dari gambar 1.3 terlihat bahwa target pendapatan Mutara Visual konstan di angka Rp10.000.000. Mutara Visual menetapkan target pendapatan secara merata setiap bulan dengan beberapa pertimbangan. Pertama, penetapan target yang merata dilakukan untuk memberikan benchmark yang stabil dan konsisten bagi tim dalam upaya mencapai target bisnis mereka. Hal ini juga didasarkan pada asumsi bahwa permintaan layanan photobooth tidak akan mengalami fluktuasi yang ekstrem dari bulan ke bulan. Namun, dalam praktiknya, ada faktor-faktor musiman dan peristiwa tertentu yang dapat mempengaruhi permintaan, seperti liburan, perayaan besar, dan acara khusus seperti pernikahan atau acara kampus yang biasanya meningkatkan pendapatan di bulan-bulan tertentu. Meskipun ada fluktuasi musiman, target dipukul rata untuk menjaga fokus dan motivasi tim agar tetap konsisten dalam usaha pencapaian target. Dalam menetapkan target pendapatan yang wajar, Mutara Visual menggunakan pendekatan berbasis komponen utama yang mempengaruhi pendapatan. Komponen-komponen ini meliputi jumlah event atau acara yang diperkirakan akan menggunakan jasa photobooth, harga sewa per event, tingkat utilisasi peralatan, serta kapasitas produksi yang dapat diakomodasi dalam setiap bulan.

Selama setahun terakhir, analisis data pendapatan *photobooth* mencerminkan tingkat fluktuasi atau ketidaktetapan yang cenderung di bawah target pendapatan.

Pada dasarnya, ketidakstabilan pendapatan ini tampaknya berkorelasi dengan beberapa faktor. Data pendapatan mengungkapkan pola fluktuasi yang terkait dengan musim dan peristiwa spesifik. Pada bulan-bulan tertentu, terutama selama musim liburan atau perayaan besar, terjadi peningkatan signifikan dalam penggunaan *photobooth*, yang memberikan kontribusi positif terhadap pendapatan. Sebaliknya, pada bulan dengan sedikitnya acara atau kegiatan khusus, pendapatan cenderung menurun. Pada Bulan Februari terjadi kenaikan pendapatan dikarenakan banyaknya acara pernikahan dan event kampus. Kecepatan perubahan tren dan preferensi konsumen dalam menggunakan *photobooth* dapat mempengaruhi pendapatan secara langsung.

Dari hasil pendapatan selama setahun yang tidak mencapai target, peneliti membuat kuesioner kepada beberapa pelanggan dalam setahun untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap layanan Mutara visual. Menurut Oliver (2019), kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakannya dengan harapan, jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan, apabila harapan maka pelanggan akan kecewa. Kuesioner sendiri berfungsi untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap pelayanan Mutara Visual. Hasil saran dari responden berfungsi untuk menentukan masalah yang perlu ditingkatkan untuk *photobooth* Mutara Visual. Berikut adalah persentase dari review saran dari pelanggan Mutara Visual:

Tabel 1. 2 Review Saran Pelanggan

Review Saran Pelanggan	Persentase
Kurang maksimal melakukan promosi di media sosial.	10%
Pelayanan kurang memuaskan terhadap konsumen.	60%

Hasil foto kurang maksimal diakibatkan masalah pada alat photobooth.	20%
Kurangnya potongan harga atau diskon harga sewa.	10%

Berdasarkan Tabel 1.2 dari pelanggan yang pernah menggunakan jasa sewa *photobooth* Mutara Visual dapat dinyatakan bahwa pelayanan ke pelanggan adalah hal yang prioritas untuk dilakukan perbaikan, karena banyaknya keluhan pelanggan dari segi pelayanan ke Mutara Visual. Menurut Kotler dan Amstrong (2019), kepuasan pelanggan bergantung pada layanan yang ditunjukkan terhadap pembeli. Jika kualitas layanan tidak sesuai harapan maka pelanggan merasa tidak puas. Dari persentase tidak tercapainya target pendapatan Mutara Visual dapat dikatakan bahwa perlu ditingkatkan kualitas pelayanan pada Mutara Visual.

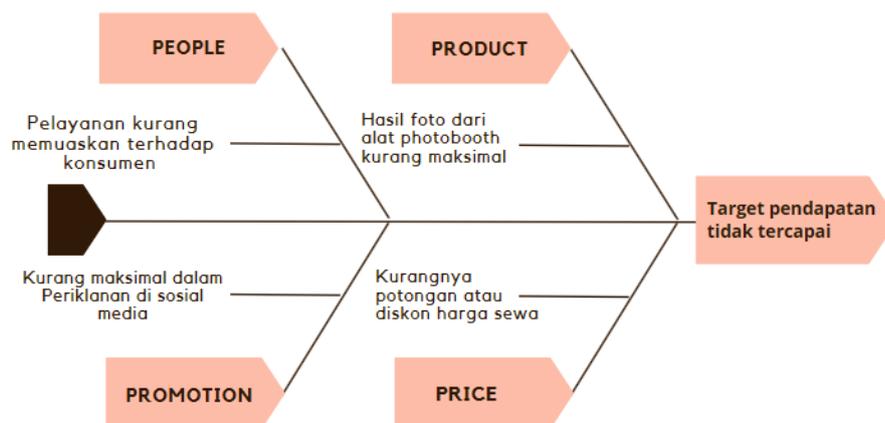
Ketidakpuasan terhadap pelayanan disebabkan oleh beberapa faktor utama, yaitu kurangnya keramahan staf dalam berinteraksi dengan pelanggan serta kurang responsifnya staf dalam menangani keluhan atau permintaan pelanggan. Ketidakpuasan ini mencerminkan kebutuhan untuk meningkatkan pelatihan staf agar profesional, dan cepat tanggap, sehingga dapat memberikan pengalaman layanan yang lebih memuaskan bagi pelanggan Mutara Visual. Beberapa saran diambil dari kuesioner saran dari pelanggan yang terdapat pada lampiran 3. Setelah mengumpulkan data kuesioner, peneliti membuat perbandingan dengan kompetitor lain di bidang *photobooth*.

Tabel 1. 3 Perbandingan Kompetitor dibidang Photobooth

Aspek	Mutara Visual	Starlight Video 360	Virtual Event Bandung
<i>Product</i>	1. 360 Videobooth 2. Miror Photobooth	1. 360 Videobooth 2. Photobooth	1. 360 Videobooth 2. Photobooth

<i>Price</i>	Rp.2.800.000.	Rp.2.800.000.	Rp.2.500.000.
<i>Promotion</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Promosi melalui Instagram dan tiktok • Memiliki promo diskon hari besar. seperti potongan Rp.500.000 di hari raya idul fitri. 	<ul style="list-style-type: none"> • Promosi melalui Instagram. • Promosi produk dengan <i>public figure</i>. 	<ul style="list-style-type: none"> • Promosi melalui tiktok

Berdasarkan tabel 1.3 didapatkan hasil bahwa Mutara Visual tidak mengalami permasalahan pada aspek produk, harga dan promosi. Sedangkan permasalahan terjadi pada aspek kualitas pelayanan yang diambil dari saran atau keluhan pelanggan *photobooth* Mutara Visual. Profil photobooth kompetitor secara detail dapat dilihat pada halaman lampiran 2.



Gambar 1. 4 Fishbone Mutara Visual

Pada gambar 1.4 terdapat beberapa faktor dari permasalahan *photobooth* Mutara Visual. Akar dari setiap masalah pada fishbone diambil berdasarkan saran pelanggan terhadap Mutara Visual. Penjelasan dari akar masalah adalah sebagai berikut:

1. *Product*

Pada bagian *product* terdapat masalah pada alat *photobooth* sehingga hasil foto yang dihasilkan kurang maksimal. Masalah pada alat *photobooth* ini diakibatkan tidak adanya jadwal pengecekan berkala pada *photobooth*. Sehingga alat yang digunakan sering mengalami kerusakan seperti *error* atau lambatnya jaringan pada saat digunakan.

2. *People*

Pada bagian *people* terdapat masalah pelayanan kurang memuaskan terhadap konsumen. Kurangnya pelayanan biasanya diakibatkan karyawan yang tidak ramah ataupun kurangnya pendekatan terhadap pelanggan. Staf yang tidak disiplin bisa menyebabkan kekurangan tenaga kerja saat acara, yang berdampak pada kualitas layanan. Opini tersebut didapat dari keluhan pelanggan yang terdapat pada lampiran 3.

3. *Price*

Pada bagian *price* terdapat masalah kurangnya potongan atau diskon harga sewa di hari-hari penting nasional. Pada masalah ini mengarah potongan harga hanya di hari besar agama saja, tidak adanya potongan harga di hari nasional yang mungkin menjadi patokan masalah pada aspek *price* atau harga.

4. *Promotion*

Pada bagian *promotion* terdapat masalah kurang maksimal dalam periklanan di sosial media. Pada masalah ini biasanya mengarah ke desain atau konsep dari iklan. Promosi yang sudah dilakukan dapat dilihat pada halaman lampiran 1.

Berdasarkan uraian di atas dapat dikatakan bahwa akar masalah dari tidak tercapainya target pendapatan Mutara Visual terbagi menjadi 4 bagian, yaitu *product*, *people*, *price* dan *promotion*. Dari permasalahan tersebut peneliti membuat alternatif solusi dari akar masalah. Berikut merupakan alternatif solusi dari akar masalah Mutara Visual.

Tabel 1. 4 Alternatif Solusi

No	Akar Masalah	Solusi
1.	Alat <i>photobooth</i> menghasilkan foto yang kurang maksimal	Memperbarui peralatan dengan menggunakan lensa berkualitas tinggi dan membuat jadwal pengecekan perawatan alat <i>photobooth</i> .
2.	Pelayanan kurang memuaskan terhadap konsumen	Mengukur kepentingan dan kenyataan pelayanan <i>photo booth</i> untuk meningkatkan kualitas layanan pada Mutara Visual.
3.	Kurang maksimal dalam periklanan di sosial media	Membuat strategi pemasaran dengan merancang konten yang menarik dan kreatif yang sesuai dengan target audience Andadan menggunakan berbagai macam format konten

No	Akar Masalah	Solusi
		seperti foto, video, dan infografis.
4.	Kurangnya potongan atau diskon harga sewa	Memberikan diskon untuk pelanggan setia atau pelanggan yang menyewa <i>photobooth</i> untuk acara yang besar.

Berdasarkan Tabel 1.4 merupakan alternatif penyelesaian dari akar masalah yang diusulkan untuk Mutara Visual. Berdasarkan alternatif solusi yang diberikan tersebut, prioritas solusi dari permasalahan pada penelitian ini adalah peningkatan kualitas layanan pada Mutara Visual. Hal tersebut dikarenakan persentase saran dari pelanggan dimana peningkatan kualitas layanan lebih dominan dan menjadi prioritas perbaikan *photobooth* Mutara Visual.

Selain upaya untuk meningkatkan kualitas layanan, penting juga untuk memiliki metode yang tepat dalam mengukur performansi layanan tersebut. Pengukuran performansi menjadi krusial untuk mengidentifikasi sejauh mana layanan yang diberikan telah memenuhi ekspektasi pelanggan serta menemukan area yang memerlukan perbaikan lebih lanjut. Dengan demikian, evaluasi performansi layanan harus dilakukan secara terstruktur untuk memastikan bahwa setiap upaya peningkatan kualitas yang dilakukan memberikan hasil yang optimal.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, perumusan masalah yang didapatkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Bagaimana harapan dan kenyataan pelanggan terhadap layanan *photobooth* Mutara Visual?
2. Bagaimana performansi kepuasan pelanggan terhadap layanan *photobooth* Mutara Visual?
3. Atribut apa saja yang harus ditingkatkan pada Mutara Visual?

4. Bagaimana usulan solusi yang diberikan pada atribut yang perlu ditingkatkan pada Mutara Visual?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah di atas terdapat tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui harapan dan kenyataan pelanggan terhadap layanan *photobooth* Mutara Visual.
2. Untuk mengetahui performansi kepuasan pelanggan terhadap layanan *photobooth* Mutara Visual
3. Untuk mengetahui atribut apa saja yang harus ditingkatkan pada Mutara Visual.
4. Untuk mengetahui usulan solusi yang diberikan pada atribut yang perlu ditingkatkan pada Mutara Visual.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam meningkatkan nilai merek Mutara Visual kepada pelanggan.
2. Penelitian ini diharapkan sebagai implementasi ilmu yang didapatkan dari mata kuliah sebelumnya, serta penyusunan Tugas Akhir ini merupakan syarat untuk kelulusan di mata kuliah Tugas Akhir pada prodi S1 Teknik Industri Universitas Telkom.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi uraian mengenai latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, batasan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisi penjelasan mengenai studi yang terkait dengan masalah yang akan diteliti. Bab ini meliputi uraian tentang landasan teori yang digunakan sebagai dasar analisis penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini berisi uraian mengenai langkah-langkah penelitian yang akan dilakukan secara rinci meliputi tahap merumuskan masalah penelitian, merumuskan tujuan penelitian, merancang pengumpulan dan pengolahan data, merancang analisis pengolahan data dan mengambil kesimpulan dari penelitian yang dilakukan.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Pada bab ini berisi proses pengumpulan serta pengolahan data yang digunakan untuk menyelesaikan masalah dalam penelitian ini.

BAB V ANALISIS

Pada bab ini dilakukan analisis terhadap hasil pengolahan data guna mencapai tujuan dalam penelitian ini.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini membahas kesimpulan dan saran dari penelitian yang telah dilakukan bab ini berisi juga saran bagi Mutara Visual dan sebagai masukan untuk perbaikan di masa mendatang.