

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil Perusahaan

Eduplex Coworking Space adalah salah satu bisnis yang bergerak di bidang *co-working space* yaitu penyewaan ruangan dan fasilitas bagi *startup, freelancer, pekerja remote nomad*, dan juga mahasiswa. Eduplex Coworking Space merupakan anak perusahaan EduLab. EduLab sendiri merupakan induk perusahaan yang bergerak di bidang pendidikan dengan menawarkan jasa konsultasi pendidikan dan bimbingan belajar. Kemudian terdiri dari anak perusahaan yaitu Edu Global School bergerak di bidang sekolah formal swasta, Medulab menawarkan bimbingan belajar konsentrasi medis, dan terakhir Eduplex Coworking Space yang bergerak di bidang jasa penyediaan tempat dan kafe. Eduplex Coworking Space tidak memiliki cabang dan hanya satu-satunya terletak di Jalan Ir. H. Djuanda No. 84, Lebakgede, Coblong, Kota Bandung, Jawa Barat.



Gambar 1.1
Eduplex Coworking Space
Sumber: (kumparan, 2017)

Adapun sejarah singkat Eduplex Coworking Space sejak berdiri hingga saat ini adalah sebagai berikut.

Tabel 1.1
Sejarah Singkat Eduplex Coworking Space

No.	Tahun	Deskripsi
1	2014	Eduplex Cafe terletak di Jalan Cisangkuy No. 6 Bandung dengan menyediakan berbagai macam makanan dan minuman ala rumahan.
2	2016	Eduplex Cafe and Coworking Space terletak di daerah Dago tepatnya di Jalan Ir. H. Djuanda No. 84, Lebakgede, Coblong, Kota Bandung dengan menyediakan jasa penyewaan ruangan dan fasilitas.
3	2018	Eduplex Coworking Space dengan alamat yang sama yaitu di daerah Dago. Eduplex menghapus kafenyanya dengan fokus bergerak di bidang <i>co-working</i> karena pertumbuhan <i>startup</i> digital dan meningkatnya kebutuhan <i>co-working space</i> sebagai tempat kerja dan berkolaborasi.

Sumber: Data Internal Perusahaan, 2018

1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

A. Visi

Menjadi ekosistem terbaik, baik individu maupun perusahaan *startup* untuk memulai dan mengembangkan bisnis mereka.

B. Misi

1. *Connect*

Membentuk ekosistem yang dirancang untuk saling terkoneksi dan berkolaborasi dengan orang lain.

2. *Learn*

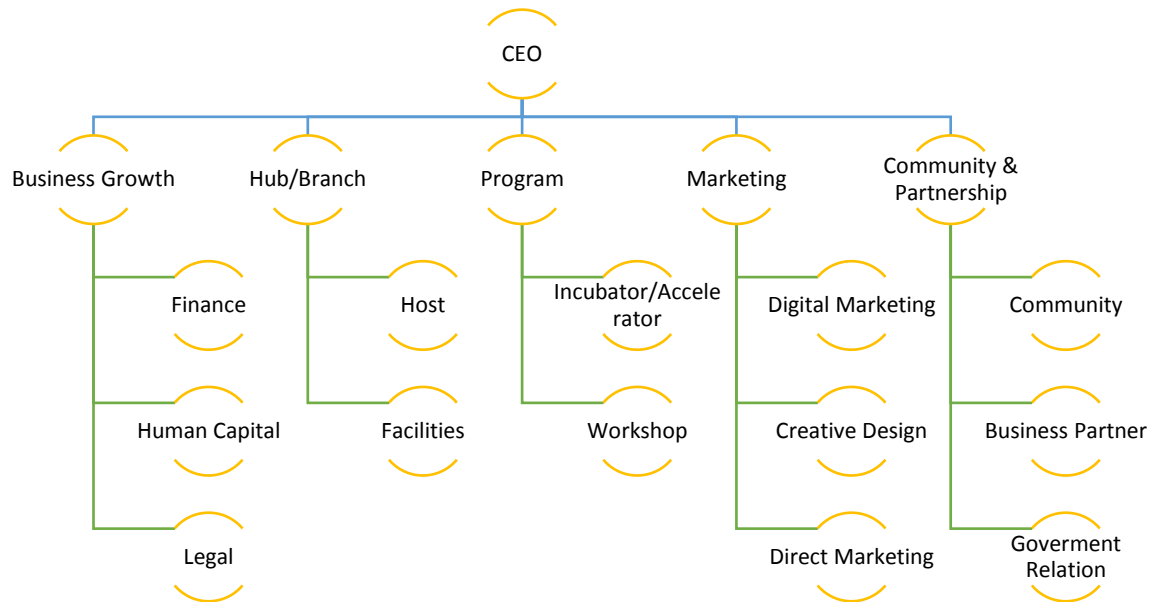
Membentuk ekosistem yang dirancang untuk sarana pembelajaran yang dapat diakses oleh semua orang.

3. *Share*

Menghadirkan ekosistem yang digunakan untuk berbagi solusi yang tercipta oleh individu atau perusahaan kepada masyarakat Indonesia.

1.1.3 Struktur Organisasi

Adapun struktur organisasi Eduplex Coworking Space adalah sebagai berikut.



Gambar 1.2

Struktur Organisasi Eduplex Coworking Space

Sumber: Data Internal Perusahaan, 2018

1.1.4 Produk Perusahaan

Produk Eduplex Coworking Space terdiri dari *Co-Working Space*, *Virtual & Office Space*, *Meeting Room*, *Event & Seminar*, *Car Free Day*, *Event & Seminar (Only Room)*, *Office Space*, dan variasi paket untuk *Event* dan *Seminar*. Adapun penjelasan masing-masing produk adalah sebagai berikut.

A. Layanan *Co-working Space*

Co-working space rates yang ditawarkan terdiri dari empat paket harga yaitu perjam, perhari, perminggu, dan perbulan dengan masing-masing fasilitas tambahan. Jenis tarif yang ditawarkan mulai dari Rp60.000 per jam, Rp100.000 per hari, Rp400.000 per minggu, dan Rp1.200.000 per bulan. Fasilitas tiap jenis tarif hampir sama yaitu gratis internet, dapat memilih beberapa ruang kerja, gratis air minum (galon), dan diskon 50% bagi untuk pelajar. Namun untuk tarif per bulan mendapatkan diskon *member* untuk *event* atau *meeting room* dan diskon makanan.

B. Layanan *Virtual & Office Space*

Virtual & office space rates yang ditawarkan terdiri dari empat paket harga per bulan dengan masing-masing fasilitas tambahan. Layanan ini hanya diberi tarif per bulan karena ditujukan bagi pelanggan yang ingin menyewa ruangan kantor. Adapun fasilitas yang ditawarkan hampir sama yaitu kantor virtual, alamat bisnis, penanganan surat, dan tarif *in-house* untuk layanan tambahan. Sedangkan fasilitas yang membedakan antar jenis tarif tersebut adalah sebagai berikut.

1. Tarif Rp500.000 per bulan gratis 6 jam untuk *co-working*.
2. Tarif Rp1.000.000 per bulan mendapatkan nomor telepon khusus, gratis 12 jam untuk *co-working*, gratis 4 jam untuk *meeting room*, dan pemberitahuan telepon melalui pesan dan *e-mail*.
3. Tarif Rp1.500.000 per bulan mendapatkan nomor telepon khusus, pemberitahuan telepon melalui pesan dan *e-mail*, dukungan teknis, gratis 30 jam untuk *co-working*, gratis 12 jam untuk *meeting room*, *mailing list/newsletter*, serta izin operasi untuk kegiatan perusahaan (SIUP, TDP, HO).
4. Tarif Rp2.500.000 mendapatkan nomor telepon khusus, pemberitahuan telepon melalui pesan dan *e-mail*, administrasi sesuai permintaan, dukungan teknis, gratis 24 jam untuk *co-working*, gratis 8 jam untuk *meeting room*, dan *mailing list/newsletter*.

C. Layanan *Meeting Room*

Layanan *meeting room* terdiri dari tiga paket harga yaitu untuk 2 jam, setengah hari, dan sehari penuh. Adapun jenis tarifnya yaitu paket *casual meeting* terdiri dari tarif *medium* Rp400.000 dan tarif *large* Rp500.000, paket *half day meeting* terdiri dari tarif *medium* Rp1.200.000 dan tarif *large* Rp1.500.000, dan paket *full day meeting* terdiri dari tarif *medium* Rp2.250.000 dan tarif *large* Rp2.750.000. Fasilitas yang ditawarkan yaitu peralatan rapat: LCD *in-focus* dan layar, Flip Chart, Marker, Note Pad, pulpen dan air minum, akses internet berkecepatan tinggi dengan biaya tambahan jam sebesar Rp150.000. Perbedaan ketiga jenis tarif yaitu lamanya waktu penggunaan ruangan.

D. Layanan Office Space

Layanan ini terdiri dari dua paket harga yaitu *advance hub* dan *professional hub*. Fasilitas kedua layanan tersebut hampir sama yaitu mendapatkan alamat bisnis yang prestisius, nomor telepon khusus (pemberitahuan telepon melalui pesan dan *e-mail*), ruang loker khusus, gratis kopi, teh, dan air, diskon 15% untuk *event* dan seminar, tarif *in-house* untuk layanan tambahan, *gathering* untuk *member*, *mailing list/newsletter*, serta administrasi sesuai permintaan. Namun terdapat beberapa perbedaan antara kedua layanan tersebut yaitu:

1. Paket *advance hub* mendapatkan meja khusus untuk 5 hingga 6 orang, gratis *meeting room* 10 jam, dan gratis tiket tamu 14 jam.
2. Paket *professional hub* mendapatkan mendapatkan meja khusus untuk 8 hingga 10 orang, gratis *meeting room* 16 jam, dan gratis tiket tamu 18 jam.

E. Layanan Event & Seminar

Layanan *event* & seminar terdiri atas dua paket harga yaitu paket seharian dan setengah hari. Adapun tarif layanan ini yaitu paket *full day* terdiri dari Rp100.000/*pack net* dan Rp200.000/*pack net*, dan tarif *half day* terdiri dari Rp50.000/*pack net* dan Rp100.000/*pack net*. Fasilitas yang ditawarkan hampir sama yaitu mendapatkan peralatan Rapat: LCD *in-focus* dan layar, Flip Chart, Marker, Note Pad, pulpen dan air minum, dan akses internet. Perbedaannya untuk *full day* mendapatkan dua kali *coffee break*: Rp100.000/*pax* atau dua kali *coffee break* dan 1 *lunch/dinner*: Rp150.000 - Rp200.000/*pax** serta gratis *meeting room* maksimum 10 (sepuluh) jam. Sedangkan *half day* hanya mendapatkan sekali *coffee break*: Rp50.000/*pax* dan hanya makan siang/makan malam: Rp100.000/*pax* serta gratis penggunaan ruang pertemuan maksimal 8 jam.

F. Layanan Event & Seminar (Only Room)

Layanan *event* & seminar khusus menyewa satu lantai terdiri dari dua paket harga yaitu per 6 jam dan per 8 jam. Adapun jenis tarifnya yaitu Rp2.500.000 untuk lantai 2 (minimal 30 orang) dan lantai 4 dengan penggunaan lantai selama 6 jam. Sedangkan, tarif *full day* yaitu Rp4.500.000 per hari dengan penggunaan lantai selama 8 jam. Fasilitas kedua jenis tarif tersebut sama yaitu mendapatkan peralatan rapat: LCD *in-focus* dan layar, flip chart, marker, note pad, pulpen dan air minum, dan akses internet.

G. Event & Seminar Package

Eduplex Coworking Space juga menawarkan beberapa paket makanan untuk *event* dan seminar. Adapun jenis paket dan fasilitas makanan yang didapatkan adalah sebagai berikut.

1. *Bronze Package* Rp50.000/orang mendapatkan makan siang/makan malam dengan menu: nasi, ayam goreng, cap cai, buah-buahan, air mineral atau Ayam Kung Pao, Bokchoy in Douchi Sauce, buah-buahan, air mineral.
2. *Silver Package* Rp75.000/orang mendapatkan makan siang/makan malam dengan menu: Nasi, Fried Chicken in Butter Sauce, Dori Fish in Sweet & Sour Sauce, Bokchoy in Douchi Sauce, Vegetable & Meatball Soup, buah-buahan serta *coffe break* 1x, 3 pilihan *snacks*, gratis teh/kopi, air mineral
3. *Gold Package* Rp100.000/orang mendapatkan makan siang/makan malam dengan menu: Nasi, Ayam Kung Pao, Dori Fish in Sweet & Sour Sauce, Cap Cai, Vegetable & Meatball Soup, buah-buahan serta *coffe break* 1x, 3 pilihan *snacks*, gratis teh/kopi, air mineral.
4. *Platinum Package* Rp150.000/orang mendapatkan makan siang/makan malam dengan menu: Nasi, Ayam Kung Pao, Beef in Blackpepper Sauce, Dori Fish in Sweet & Sour Sauce, Cap Cai, Corn & Chicke Soup, Salad, buah-buahan serta *coffe Break* 1x, 6 pilihan *snacks*, gratis teh/kopi, air mineral.

H. Sewa Spot Car Free Day

Layanan ini ditujukan bagi pelanggan yang akan menyewa spot pada saat *car free day*. Adapun tarifnya terdiri atas dua yaitu paket *spot A* mulai dari Rp500.000 dan *spot B* mulai dari Rp400.000. Fasilitas yang ditawarkan sama yaitu ukuran *spot* 3 x 4 meter dan penggunaan tempat parkir dari jam 6 pagi sampai dengan jam 11 pagi. Kedua tarif tersebut memiliki perbedaan dari sisi posisi. Untuk *spot A* posisi baris depan, sedangkan *spot B* baris kedua.

1.2 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan bisnis rintisan atau yang lebih dikenal dengan istilah *startup* di Indonesia cukup pesat (Indosmart Digital, 2018). Pertumbuhan *startup* di Indonesia merupakan salah satu yang paling pesat dibandingkan dengan negara-negara tetangga yang ada di kawasan Asia Tenggara. Menurut data Startup Ranking Indonesia masuk

ke dalam lima besar sebagai negara yang memiliki *startup* terbanyak di dunia yakni 1.705 *startup*. Berdasarkan jumlah *startup* sebanyak itu, Indonesia menduduki peringkat keempat di dunia berada di bawah Amerika Serikat sebanyak 28.794 *startup*, India sebanyak 4.713 *startup*, dan Inggris sebanyak 2.971 *startup* (BeritaSatu, 2018). Menurut Center for Human Genetic Research bahwa diprediksi pada tahun 2020 bisnis *startup* digital di Indonesia akan bertumbuh sebesar 6,5 kali lipat dari saat ini. Jumlah *startup* yang berjalan pada tahun 2020 diestimasi sebanyak 13.000 *startup* (Investor Daily Indonesia, 2018). Ribuan *startup* tersebar di beberapa kota di Indonesia dan adapun tiga kota di Indonesia yang memiliki jumlah *startup* terbanyak adalah sebagai berikut.

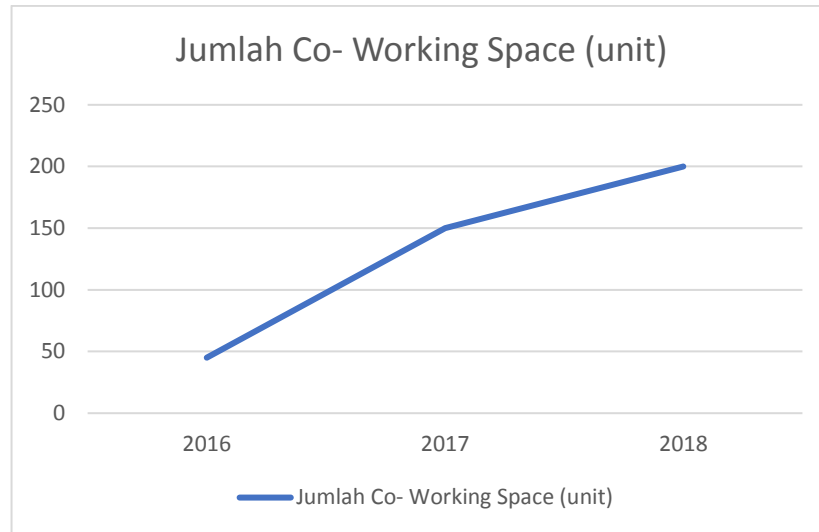
Tabel 1.2

Jumlah *Startup* Terbanyak pada Tiga Kota di Indonesia

No	Kota	Jumlah <i>Startup</i>
1	Bandung	250
2	Yogyakarta	190
3	Jakarta	140

Sumber: (Entrepreneur, 2016)

Berdasarkan Tabel 1.2 dapat dilihat bahwa jumlah *startup* terbanyak berada di kota Bandung. Menurut inisiator komunitas *Startup* Bandung, Muhammad Ajie Santika bahwa saat ini perkembangan *startup* atau perusahaan rintisan di Kota Bandung cukup pesat. Bahkan Kota Bandung menjadi satu di antara beberapa kota penyumbang paling banyak para pelaku *startup* di Indonesia. Menurutnya, data terakhir tercatat ± 250 *startup* di Bandung, dan diproyeksi ± 80 *startup* akan naik level menjadi perusahaan pada tiga sampai empat tahun kedepan (Tribun Jabar, 2018). Perkembangan *startup* di Indonesia merupakan fenomena utama munculnya istilah *co-working space* atau ruang kerja bersama (Kumparan, 2018). Menurut data yang dihimpun Perkumpulan Coworking Indonesia dan Lab Kinetik, dalam tiga tahun terakhir jumlah *co-working space* di Indonesia tumbuh 410% (Tempo.co, 2018). Adapun grafik peningkatan jumlah *co-working space* dalam tiga tahun terakhir adalah sebagai berikut.



Gambar 1.3
Grafik Jumlah *Co-working Space* di Indonesia

Sumber: (Katadata.co.id, 2018)

Berdasarkan Gambar 1.3 dapat dilihat bahwa terjadi peningkatan jumlah *co-working space* di Indonesia pada tiga tahun terakhir. Tahun 2016 hanya berjumlah 45 unit, kemudian tahun 2017 meningkat menjadi 150 unit, dan sampai tahun 2018 tercatat meningkat menjadi 200 unit. Menurut Faye Alund selaku Presiden Asosiasi Coworking Space Indonesia, kehadiran *co-working space* diharapkan adanya pertukaran ide, gagasan, maupun solusi bisnis antar individu yang terlibat untuk mengembangkan dan memajukan bisnis masing-masing (wartaekonomi, 2017). Selain itu, menurut Felencia Hutabarat selaku Sekretaris Jenderal Asosiasi Coworking Space Indonesia bahwa *startup* tertarik untuk menggunakan *co-working space* karena ada tiga elemen yang dimiliki yang membedakannya dengan kantor konvensional yakni komunitas (*community*), kolaborasi (*collaboration*), dan konektivitas (*connectivity*) (Ipapa, 2018).

Per Juli 2017 terdapat 123 *co-working space* di 25 lokasi seluruh Indonesia, terbanyak di Jakarta yaitu 38 *space* kemudian disusul oleh Kota Bandung sebanyak 19 *space* (Koransindo, 2017). Walaupun Jakarta menjadi salah satu tempat *co-working space* yang paling banyak di Indonesia, namun justru *co-working space* di Indonesia pertama kali hadir di kota Bandung dimana *co-working space* diterapkan oleh anak-anak muda Bandung pada tahun 2010 (Tirto.id, 2016). *Co-working space* yang terdapat di Kota Bandung masing-masing berlokasi di area-area strategis, seperti

berdekatan dengan beberapa sekolah dan universitas yang merupakan salah satu segmen pasarnya, harga paket penyewaan yang beragam, dan *event-event entrepreneur* yang diselenggarakan, serta suasana nyaman yang ditawarkan. Adapun *co-working space* di Kota Bandung adalah sebagai berikut.

Tabel 1.3

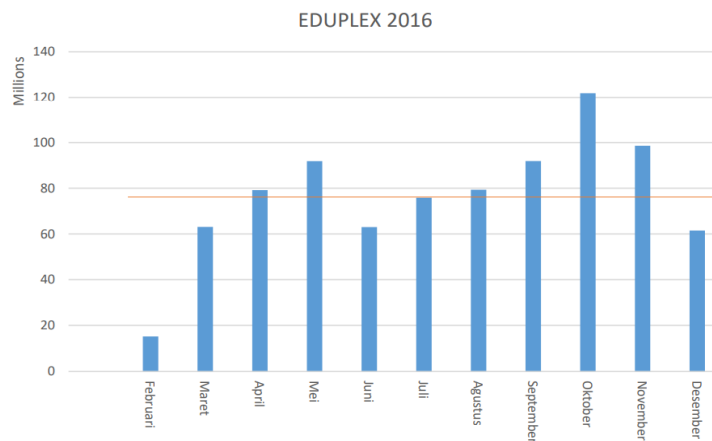
Daftar *Co-Working Space* Paling Diminati Di Kota Bandung

No.	Daftar <i>Co-working Space</i> di Kota Bandung	Jumlah Orang yang Mengulas	Rating
1	Eduplex Coworking Space	1.417	4,3
2	Bandung Digital Valley	469	4,6
3	CO&CO Workshare	177	4,5
4	CO&CO Space	158	4,3
5	DILo Bandung	73	4,5
6	Work@ Coworking Space	45	4,2
7	Freenovation	27	4,2

Sumber: (Kompasiana, 2016)

Berdasarkan Tabel 1.3 dapat dilihat beberapa *co-working space* di Kota Bandung serta jumlah ulasan dan *rating* yang diberikan oleh konsumen yang sudah pernah berkunjung di masing-masing *co-working space*. Eduplex Coworking Space cukup menarik perhatian peneliti karena memiliki jumlah ulasan paling banyak di antara yang lain yakni sebanyak 1.417 ulasan. Padahal beberapa *co-working space* yang sudah terlebih dahulu berdiri dan populer, seperti CO&CO Space (2014) dan Bandung Digital Valley (2011) hanya sedikit orang-orang yang memberikan ulasan. Hal tersebut menunjukkan bahwa Eduplex Coworking Space paling sering dikunjungi oleh orang-orang dan dibuktikan menjadi salah satu *co-working space* yang banyak diminati para pelaku industri kreatif muda di Bandung, selain CO&CO Workshare, CO&CO Space, Bandung Digital Valley, DILo Bandung, Freenovation, dan Work@ Coworking Space (Kompasiana, 2016). Selain itu, berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa konsumen Eduplex Coworking Space bahwa mereka memilih Eduplex karena terletak di lokasi yang strategis dan beroperasi 24 jam setiap harinya. Walaupun Eduplex Coworking Space menawarkan beberapa kelebihan dan memiliki ulasan paling banyak, namun *rating*-nya hanya sebesar 4,3 yaitu dibawah Bandung Digital Valley sebesar 4,6 dan CO&CO Workshare sebesar 4,5. Selain itu, ulasan tersebut banyak berisi mengenai kualitas pelayanan Eduplex Coworking Space.

Menurut hasil wawancara dengan Cahyoga Agung Yuliawan selaku General Manager Eduplex Coworking Space bahwa sebagai perusahaan jasa yang menjual produk layanan, perusahaan juga fokus untuk selalu meningkatkan kualitas pelayanan. Sejak beroperasi pada tahun 2016 sampai saat ini, kualitas pelayanan Eduplex Coworking Space belum pernah diukur atau diteliti sehingga pihak manajemen Eduplex Coworking Space belum mengetahui pasti sejauh mana perusahaan dapat memenuhi harapan konsumen atas pelayanannya. Hal tersebut dapat menjadi salah satu faktor terjadinya fluktuasi pada trafik pendapatan Eduplex Coworking Space pada dua tahun terakhir seperti pada gambar berikut.

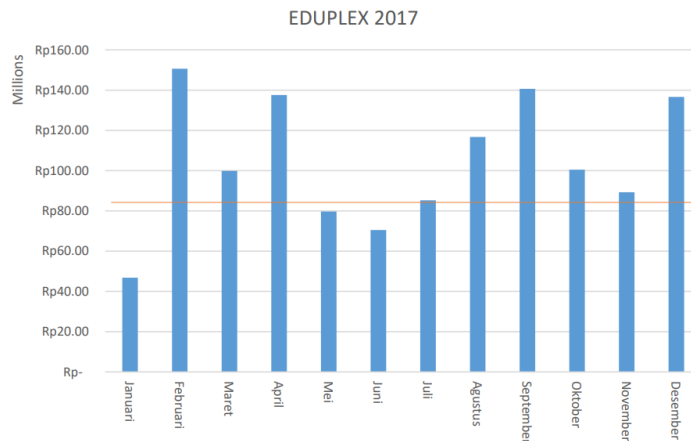


Gambar 1.4

Grafik Pendapatan Eduplex Coworking Space Tahun 2016

Sumber: Data Internal Perusahaan, 2018

Berdasarkan Gambar 1.4 dapat dilihat bahwa pada bulan Februari hingga Mei terjadi peningkatan pendapatan, kemudian mengalami penurunan pada bulan Juni hingga target tidak tercapai. Setelah itu terjadi peningkatan pendapatan lagi pada bulan Juli hingga Oktober, dan kemudian mengalami penurunan kembali pada bulan November dan Desember. Fluktuasi pendapatan Eduplex Coworking Space juga terjadi pada tahun 2017 seperti pada gambar berikut.



Gambar 1.5

Grafik Pendapatan Eduplex Coworking Space Tahun 2017

Sumber: Data Internal Perusahaan, 2018



















Berdasarkan Gambar 1.5 dapat dilihat bahwa terjadinya fluktuasi pendapatan yang signifikan. Pada bulan Januari target tidak tercapai, kemudian mengalami peningkatan pada bulan Februari sehingga melebihi target. Pada bulan Maret terjadi penurunan dan meningkat lagi pada bulan April. Pada bulan Mei hingga Juni terjadi penurunan dua bulan berturut-turut sehingga target tidak tercapai. Pada bulan Juli hingga September terjadi peningkatan sehingga target tercapai bahkan melebihi target. Kemudian pada bulan Oktober dan November terjadi penurunan kembali walaupun target tercapai, dan akhirnya meningkat lagi pada bulan Desember.

Meningkatnya jumlah *co-working space* di kota Bandung dapat menjadi salah satu ancaman bagi Eduplex Coworking Space karena dapat meningkatkan instensitas persaingan di dalam industri tersebut. Salah satu strategi yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk menciptakan keunggulan bersaing adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan adalah salah satu faktor yang menjadi diferensiator dan kunci keunggulan kompetitif. Jika dilihat dari sisi perusahaan, salah satu cara yang efektif untuk melakukan diferensiasi dan *positioning* adalah dengan merancang dan menyampaikan layanan yang spesifik (khusus) (Tjiptono, 2017).

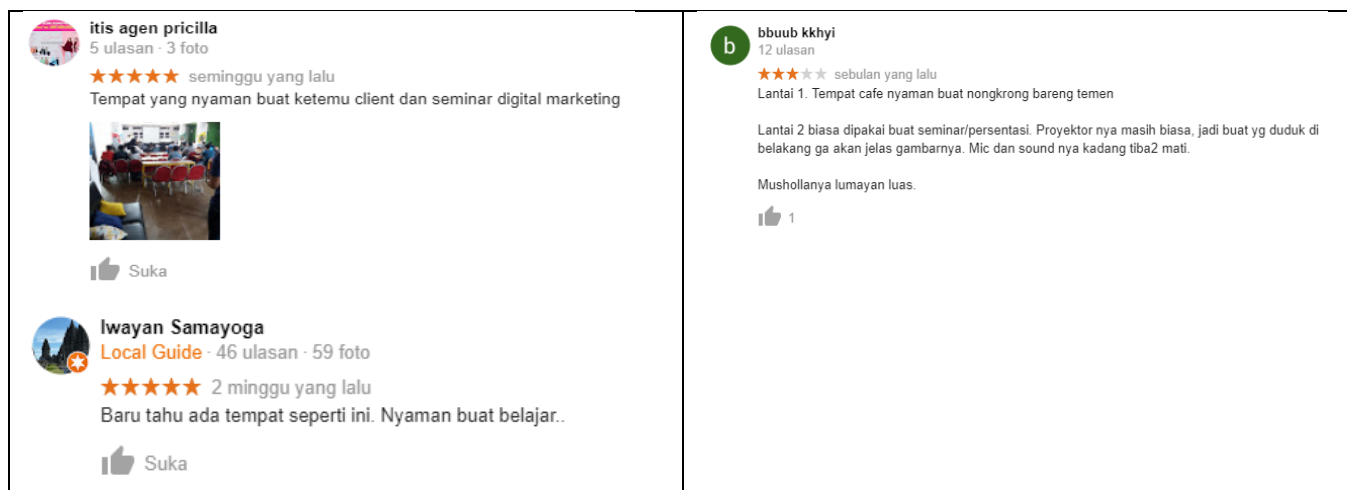
Berdasarkan hasil wawancara dengan Mia Hendriani Rahayu selaku *host* yang mengelola pelayanan Eduplex Coworking Space menyatakan bahwa perusahaan telah memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen. Perusahaan telah memberikan fasilitas-fasilitas yang dibutuhkan oleh konsumen serta cepat tanggap dalam melayani

keluhan konsumen seperti ketika Wi-Fi mati atau *down*, air galon habis, dan lain sebagainya. Selain itu, perusahaan mengasumsikan tidak adanya keluhan yang berat dari pelanggan berarti perusahaan telah memberikan pelayanan yang baik. Keluhan tersebut diartikan bahwa tidak ada konsumen yang tidak puas dengan pelayanan yang telah diberikan. Selain itu, perusahaan beranggapan bahwa *review* pelanggan di Google Review terkait pelayanan yang tidak menyenangkan hanya berasal dari konsumen Eduplex Cafe. Namun, apabila kita melihat beberapa *review* konsumen dari Google Review terkait pelayanan ada yang memberikan ulasan positif dan ulasan negatif seperti pada gambar berikut.

Tabel 1.4
Ulasan Mengenai Pelayanan Eduplex Coworking Space

Beberapa Ulasan Positif	Beberapa Ulasan Negatif
<p> Menu Akhir Bulan Local Guide · 53 ulasan · 2 foto ★★★★★ 2 hari yang lalu Good place Enak dipake acara seminar untuk kapasitas 50 orang. Ac dingin, parkir motor gratis, ada mushola, cafe lumayan nyaman.</p> <p> Suka</p>	<p> Ega Aditya Purnama 3 ulasan ★★★★★ 3 hari yang lalu (Diterjemahkan oleh Google) Tempat parkir terbatas, makanannya bagus tapi tidak terlalu bagus untuk titik harga</p> <p>(Asli) The parking space is limited, the food is good but not that great for the price point</p> <p> Suka</p>
<p> Noval Kho Local Guide · 22 ulasan · 5 foto ★★★★★ 2 hari yang lalu Cocok buat kerja pinter sambil nongkring. Anak start up banget. Wajib coba. Tambah relasi juga</p> <p> Suka</p>	<p> Faizhal Rifky Alfaris Local Guide · 24 ulasan · 8 foto ★★★★★ seminggu yang lalu co-working space yg sangat membantu dikala bingung mau meeting dimana. tempatnya asik, ada beberapa tipe ruangan mulai dari ruangan umum sampai ruang rapat tertutup juga ada. Staffnya ramah dan sangat membantu, ada cafe nya juga. hanya saja parkirnya susah harus by valet biar ga ribet</p> <p> Suka</p>
<p> Agen Jilbab Instan Syaqila Local Guide · 38 ulasan · 12 foto ★★★★★ seminggu yang lalu Mengikuti kegiatan Gapura Digital yang diselenggarakan oleh Google. Tempatnya bagus buat meeting dan nyaman.</p> <p> Suka</p>	<p> uranus blanc 6 ulasan ★★★★★ 2 minggu yang lalu TIDAK ADA PRINTER! KONSEP COWORKING NYA HANYA SEWAIN RUANG DAN MEJA N KURSI. WIFI.</p> <p>NOT RECOMMENDED.</p> <p>Disappointed after signed in and paid Rp 100,000,- only for desk n chair. WIFI .</p> <p> Suka</p>
<p> Soeprapto Mangoendipoero Local Guide · 10 ulasan · 30 foto ★★★★★ seminggu yang lalu Pelayanan bagus</p> <p> Suka</p>	<p> Ega Aditya Purnama Local Guide · 16 ulasan · 1 foto ★★★★★ 3 minggu yang lalu Coworking space yg disediakan sudah minim, terkadang saat datang tempat coworkingnya sudah dipakai untuk acara. Parkiran sempit dan untuk motor tidak teratur.</p> <p> Suka</p>
	<p> Shan Vrolijk Local Guide · 15 ulasan · 16 foto ★★★★★ sebulan yang lalu Sangat nyaman. Kecuali WCnya yang bermasalah dan air tidak mengalir</p> <p> Suka</p>

(Bersambung)



Sumber: (Google, 2018)

Berdasarkan Tabel 1.4 dapat disimpulkan bahwa beberapa konsumen nyaman untuk belajar dan bekerja di Eduplex Coworking Space. Walaupun cukup banyak konsumen yang memberikan penilaian baik atas pelayanan yang diberikan oleh Eduplex Bandung, namun tidak semua konsumen merasakan hal yang sama. Ada juga beberapa konsumen yang tidak puas dengan area parkir yang sempit, toilet yang bermasalah, dan tidak ada fasilitas *printer*. Ulasan negatif yang diberikan mengenai pelayanan Eduplex Coworking Space juga didukung dengan hasil pra survei, dengan menyebarkan kuesioner kepada 30 responden yaitu konsumen yang sudah pernah menggunakan jasa Eduplex Coworking Space untuk mengetahui sejauh mana kinerja pelayanan Eduplex Coworking Space dapat memenuhi harapan konsumennya. Adapun hasil penilaian mengenai kualitas pelayanan Eduplex Coworking Space adalah sebagai berikut.

Tabel 1.5
Kesenjangan Variabel Kualitas Pelayanan

No.	Dimensi	Tingkat Kinerja	Tingkat Harapan	Gap
1	<i>Tangible</i> (Bukti Fisik)	42,92	51,82	-8,9
2	<i>Reliability</i> (Reliabilitas)	20,1	21,14	-1,04
3	<i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)	16,2	17,64	-1,44
4	<i>Assurance</i> (Jaminan)	12,1	13,47	-1,37
5	<i>Empathy</i> (Empati)	15,44	17	-1,56
Variabel Kualitas Pelayanan		106,76	121,07	-14,31

Sumber: Diolah Penulis, 2018

Berdasarkan Tabel 1.5 dapat dilihat bahwa tingkat kinerja kualitas pelayanan secara keseluruhan sebesar 106,76. Kemudian, tingkat harapan sebesar 121,07 yang menghasilkan *gap* sebesar -14,31. Tingkat kinerja dan tingkat harapan diperoleh dari total skor jawaban tiap pernyataan dibagi dengan jumlah responden sebanyak 30. Untuk nilai *gap* diperoleh dari tingkat kinerja (*perceived service*) dikurang dengan tingkat harapan (*expected service*). Hasil perhitungan *gap* pada Tabel 1.5 bernilai negatif yang artinya nilai tersebut menunjukkan konsumen belum puas atas pelayanan yang diberikan oleh Eduplex Coworking Space Bandung. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Magdalena, P., & Ginting, 2013) jika *gap* bernilai positif berarti pelanggan merasa puas, sedangkan jika bernilai negatif berarti pelanggan merasa kurang puas.

Menurut Lewis & Booms (1983) dalam (Tjiptono, 2017) kualitas pelayanan adalah seberapa baik tingkat pelayanan yang diberikan oleh perusahaan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Intinya, kualitas pelayanan ditentukan oleh kemampuan perusahaan memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Menurut Parasuraman, et al., (1985) faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan adalah pelayanan yang diharapkan pelanggan (*expected service*) dan persepsi terhadap pelayanan (*perceived service*). Apabila *perceived service* sesuai dengan *expected service*, maka kualitas pelayanan yang bersangkutan akan dinilai baik atau positif. Jika *perceived service* melebihi *expected service*, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas ideal. Sebaliknya apabila *perceived service* lebih jelek dibandingkan *expected service*, maka kualitas pelayanan dipersepsikan negatif atau buruk. Oleh karena itu, baik tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan perusahaan dan stafnya memenuhi harapan pelanggan secara konsisten (Tjiptono, 2017). Perbedaan antara persepsi pelayanan yang dirasakan oleh pelanggan dan ekspektasi yang dimiliki sebelumnya disebut sebagai kesenjangan kualitas pelayanan (*service quality gap*). Artinya, terdapat kesenjangan antara nilai yang pelanggan berikan sesuai dengan kenyataan pelayanan yang diterima dan pelayanan yang diharapkan (Windasuri & Susanti, 2017).

Kepuasan konsumen dapat dicapai dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik. Oleh karena itu, perusahaan jasa perlu fokus pada kepuasan pelanggan. Untuk dapat mengetahui pelayanan yang diinginkan, dibutuhkan, dan diharapkan oleh pelanggan maka dilakukan penelitian pada pelanggan, sehingga tidak terjadi

perbedaan persepsi mengenai pelayanan yang diberikan perusahaan dengan pelayanan yang sebenarnya diinginkan dan dibutuhkan oleh pelanggan. Untuk dapat memberikan pelayanan jasa yang sesuai dengan keinginan, kebutuhan, dan harapan konsumen, dapat menggunakan teknik QFD (*Quality Function Deployment*) (Wijaya, 2018). QFD merupakan sistem untuk mendesain barang atau jasa yang didasarkan pada keinginan pelanggan yaitu sistem desainnya melibatkan partisipasi anggota seluruh fungsi organisasi. QFD menerjemahkan kebutuhan atas pelayanan pelanggan menjadi apa yang dihasilkan organisasi, atau dengan kata lain QFD juga merupakan praktik menuju perbaikan proses yang dapat memungkinkan organisasi melampaui harapan pelanggannya. Menurut Nasution (2006) inti dari QFD adalah suatu matriks besar yang akan menghubungkan apa keinginan pelanggan (*what*) dan bagaimana suatu produk akan didesain dan diproduksi agar memenuhi kebutuhan pelanggan. Fokus utama dari QFD adalah melibatkan kebutuhan dan keinginan pelanggan pada proses pengembangan produk (Magdalena, P., & Ginting, 2013). Oleh karena itu, dari beberapa fenomena yang telah diuraikan di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Peningkatan Kualitas Pelayanan dengan Menggunakan Metode IPA (*Importance Performance Analysis*) dan QFD (*Quality Function Deployment*) pada Eduplex Coworking Space Bandung**”.

1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dipaparkan maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan adalah sebagai berikut.

1. Apa saja atribut pelayanan yang dibutuhkan oleh konsumen pada Eduplex Coworking Space Bandung?
2. Apa saja karakteristik teknis yang diperoleh berdasarkan *customer needs* pada Eduplex Coworking Space Bandung?
3. Bagaimana rekomendasi yang tepat dalam peningkatan kualitas pelayanan Eduplex Coworking Space Bandung?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui atribut-atribut pelayanan yang dibutuhkan oleh konsumen pada Eduplex Coworking Space Bandung.

2. Untuk mengetahui karakteristik teknik yang diperoleh berdasarkan *customer needs* pada Eduplex Coworking Space Bandung.
3. Untuk mengetahui rekomendasi yang tepat dalam peningkatan kualitas pelayanan Eduplex Coworking Space Bandung.

1.5 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat berguna dalam aspek akademis dan aspek praktis baik bagi penulis, pihak perusahaan, maupun masyarakat umum.

1.5.1 Aspek Praktis

1. Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan kajian untuk Eduplex Coworking Space dalam mengevaluasi kinerja pelayanan sehingga adanya perbaikan dan peningkatan kualitas pelayanan sesuai dengan kebutuhan dan harapan konsumen.

1.5.2 Aspek Teoritis

1. Melalui penelitian ini, penulis dapat mengaplikasikan ilmu dan teori mengenai manajemen pemasaran pada umumnya, dan kualitas pelayanan khususnya, yang dapat menambah wawasan penulis.
2. Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya, sehingga dapat mengembangkan penelitian mengenai kualitas pelayanan dengan menggunakan metode QFD (*Quality Function Deployment*).

1.6 Waktu dan Periode Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Eduplex Coworking Space mulai dari bulan Agustus sampai dengan bulan Desember tahun 2018.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini disusun bertujuan untuk memberikan gambaran umum tentang penelitian yang dilakukan. Deskripsi sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini, berisi mengenai gambaran umum objek penelitian yaitu Eduplex Coworking Space, latar belakang penelitian, identifikasi masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

2. BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini, berisi teori-teori yang relevan dengan permasalahan yang dibahas dan disertai dengan kerangka pemikiran. Bab ini terdiri dari tinjauan pustaka, penelitian terdahulu, dan kerangka pemikiran.

3. BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini, berisi mengenai pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data yang akan menjawab rumusan masalah. Bab ini terdiri dari jenis penelitian, operasionalisasi variabel dan skala pengukuran, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, serta teknik analisis data yang digunakan.

4. BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini, berisi pembahasan hasil penelitian yang diuraikan secara kronologis dan sistematis sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian. Bab ini terdiri dari karakteristik responden, hasil penelitian, dan pembahasan hasil penelitian.

5. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini, berisi mengenai kesimpulan hasil penelitian, dan saran berupa rekomendasi dan solusi alternatif untuk perusahaan sebagai bahan referensi dan evaluasi dalam peningkatan kualitas pelayanan kedepannya.