BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kota Batam adalah kota terbesar di Kepulauan Riau dan merupakan kota dengan populasi terbesar ke tiga di wilayah Sumatera setelah Medan dan Palembang. Menurut Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kota Batam Per - April 2012 jumlah penduduk Batam mencapai 1.153.860 jiwa. Pertumbuhan ekonomi Kota Batam yang lebih tinggi dibandingkan dengan laju pertumbuhan ekonomi nasional menjadikan wilayah ini andalan bagi pemacu pertumbuhan ekonomi secara nasional maupun bagi Provinsi Kepulauan Riau. Selain itu, Batam merupakan salah satu daerah di Indonesia yang tidak pernah mengalami krisis ekonomi, dikenal sebagai sentra industri elektronika terkemuka di Indonesia, serta merupakan penyumbang ekspor nomigas kedua terbesar setelah Bali (Kuncoro,2005).

Perkembangan perekonomian membawa dampak bagi kehidupan manusia terutama dunia usaha pada saat ini. Di samping itu banyak usaha yang bermunculan baik perusahaan kecil maupun besar berdampak pada persaingan yang ketat antar perusahaan baik yang sejenis maupun yang tidak sejenis. Oleh karena itu pemasaran merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan dalam menghadapi persaingan, pengembangan usaha dan mendapatkan laba, sehingga perusahaan dapat mengembangkan produknya, menetapkan harga, dan mengadakan promosi.

Kemajuan teknologi komunikasi dan informasi sangat pesat dan merambah banyak aspek kehidupan manusia. Keadaan ini membuat kebutuhan untuk melakukan transaksi jual beli dituntut lebih cepat dan mudah. Pertumbuhan teknologi internet memberi kesempatan untuk diaplikasikan dalam berbagai bidang termasuk bidang jual beli, dalam rangka meningkatkan kepercayaan dan kepuasan sehingga dapat meningkatkan pendapatan dari perusahaan tersebut.

Perkembangan komunikasi telah mempengaruhi perkembangan ekonomi. Transaksi jual beli yang sebelumnya hanya bisa dilakukan secara langsung maupun tidak langsung (telepon) menjadi sesuatu yang sangat konservatif dengan adanya media komunikasi seperti media massa, yaitu media elektronik dan media cetak. Salah satu pemanfaatannya antara lain pada bidang promosi penjualan (marketing promotion). Banyaknya pilihan media promosi saat ini membuat persaingan usaha semakin ketat. Hal ini dimanfaatkan oleh pengusaha baru (newcomer) untuk mempromosikan produk atau jualan dengan memanfaatkan *smarthpone* sebagai media dalam memberikan pelayanan maupun promosi.

Blackberry messenger banyak digunakan untuk melakukan kegiatan jual beli produk. Berbagai macam jualan ataupun produk telah dipromosikan melalui salah satu fitur yang ada pada smartphone *blackberry* tersebut. Selain itu *blackberry messenger* juga banyak digunakan dalam melakukan promosi maupun melakukan pembelian dan penjualan barang melalui fitur – fitur yang dimiliki *blackberry messenger*.

Untuk meningkatkan dan mempertahankan usaha serta persaingan yang ketat diperlukan suatu cara, salah satunya yaitu dengan meningkatkan kepuasan konsumen maka tingkat penjualan dipastikan akan naik. Oleh sebab itu konsumen harus dipuaskan, jika tidak ini akan berdampak buruk bagi usaha itu sendiri, seperti menurunnya pendapatan dan hilangnya pelanggan, hal tersebut dikarenakan konsumen sangat penting sebagai pendapatan, maka perusahaan harus berusaha untuk memaksimalkan pelayanaan terhadap pelanggan.

De'chruse Petcenter adalah petcenter dan petshop yang berlokasi di Rumah toko (Ruko) Puri Loka Blok E No.3A Sei Panas, Batam. De'chruse Petcenter memliki 8 karyawan dan 1 Dokter Hewan yang bernama Drh. Fery Firdaus. De'Chruse Pet Center menyuguhkan konsep *The Better Place For Your Pet* dengan enam layanan di satu lokasi (Pet shop - Veterinary (dokter hewan) - Pet Grooming (salon hewan) - Pet Boarding (penitipan hewan) - Pet Delivery (pengiriman hewan) - Penjualan Anjing dan Kucing. Dalam melakukan pemasaran dan memberikan pelayanan kepada pelanggan, De'Chruse Petcenter

Batam ini menggunakan salah satu aplikasi dari *smartphone Blackberry* yaitu *Blackberry Messenger.*

Pelayanan yang diberikan pihak petshop melalui pemanfaatan *blackberry messenger* adalah promosi, penjualan hewan, konsultasi dokter hewan, antar jemput salon hewan, penitipan hewan, pengiriman hewan, penjualan perlengkapan dan peralatan hewan dalam usaha peningkatan kepuasan pelanggan di De'chruse Petcenter Batam. Sehingga inilah yang menjadi landasan peneliti dalam menganalisis pemanfaatan fitur *Blackberry Messenger* terhadap kepuasan komunikasi ke pelanggan di De'Chruse Petcenter Batam.

1.2 Rumusan Masalah

Dari paparan latar belakang diatas dapat dirumuskan masalah yang akan menjadi objek dari penelitian tugas akhir ini. Selanjutnya untuk menjawab pertanyaan penelitian tersebut dapat dirumuskan beberapa permasalahan sebagai berikut :

1. Adakah pengaruh yang signifikan antara *display picture* dengan kepuasan pelanggan ?
2. Adakah pengaruh yang signifikan antara *broadcast message* dengan kepuasan pelanggan ?
3. Adakah pengaruh yang signifikan antara *private message* dengan kepuasan pelanggan ?
4. Adakah pengaruh yang signifikan antara *personal message* dengan kepuasan pelanggan ?

1.3 Batasan Masalah

Agar tidak meluasnya materi mengenai tugas akhir ini, maka diperlukan batasan-batasan masalah dalam penelitian. Adapun batasan masalah tersebut sebagai berikut:

1. Penelitian ditujukan kepada pelanggan yang menjadi anggota *blackberry messenger* di De'chruse Petcenter Batam.

2. Pemanfaatan fitur *blackberry messenger* yang digunakan dalam memberikan pelayanan yaitu:
    a) *Display picture.*
    b) *Broadcast message.*
    c) *Private message.*
    d) *Personal message.*

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk dapat mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan dari pemanfaatan *blackberry messenger* melalui fitur – fitur seperti *display picture, broadcast message, private message,* dan *personal message* yang digunakan pihak De'chruse Petcenter Batam dalam memberikan pelayanan untuk memenuhi kepuasan pelanggan.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Dapat memberikan hasil yang akurat dan manfaat bagi pelanggan di De'chruse Petcenter Batam, sehingga dapat memberikan solusi dalam melakukan transaksi secara efektif dan efisien.
2. Sebagai bahan pengembangan informasi bagi pihak Petshop tentang pengaruh *blackberry messenger* terhadap kepuasan pelanggan.
3. Sebagai bahan pengembangan informasi bagi pelanggan De'chruse Petcenter Batam tentang manfaat dari *blackberry messenger.*

1.6 Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian yang digunakan dalam menganalisis pemanfaatan *blackberry messenger* terhadap kepuasan pelanggan di De'chruse Petcenter Batam adalah sebagai berikut:

a. Studi Pustaka

    Studi pustaka ini diperlukan untuk mencari informasi – informasi pendukung yang dapat berguna bagi penelitian ini, informasi

tersebut bisa dijadikan referensi bagi kelancaran penelitian ini yaitu berupa buku – buku, media internet, jejaring sosial ataupun media – media lainnya yang dapat dijadikan sumber informasi demi kelancaran penelitian ini.

b. Analisis Data awal

Analisis data awal ini merupakan suatu cara dengan melakukan survey ke De'chruse Petcenter Batam untuk mencari data pelanggan yang menggunakan *blackberry* sebagai tahap awal dari penelitian ini.

c. Pengumpulan Data

Merupakan suatu metode yang digunakan untuk mengumpulkan data – data yaitu dengan cara memberikan kuesioner dan dibagikan kepada pelanggan yang menjadi anggota *blackberry messenger* di De'chruse Petcenter Batam.

d. Metode Analisis Hubungan

Metode ini digunakan untuk mencari hubungan antara variabel – variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini.

1.7 Teknik Pengumpulan Data

Agar dapat mempermudah pembahasan dalam tugas akhir ini, maka penulis membagi penyusunannya ke dalam lima bab. Adapun penguraian masing – masing bab tersebut sebagai berikut :

Bab I Pendahuluan, bab pendahuluan ini membahas tentang latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan metodologi penelitian yang dipakai dalam penyusunan laporan, serta sistematika penulisan yang digunakan.

Bab II Landasan Teori, bab ini membahas tinjauan pustaka yang digunakan dalam penelitian ini serta berisi teori mengenai *blackberry*, faktor pengguna *blackberry, blackberry messenger*, fitur-fitur *blackberry messenger*,

kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan, kebutuhan pelanggan, karakteristik pemasaran jasa, pengertian petshop, metode pengumpulan data, serta teori analisis data.

Bab III Metodologi, pada bab ini membahas dan menguraikan langkah – langkah apa saja yang diambil serta digunakan dalam proses penyelesaian masalah yang terdapat dalam penelitian Analisis pemanfaatan *blackberry messenger* terhadap kepuasan pelanggan di De'chruse Petcenter Batam.

Bab IV Hasil dan Pembahasan, bab ini menguraikan hasil dari penelitian Analisis pemanfaatan *blackberry messenger* terhadap kepuasan pelanggan di De'chruse Petcenter Batam, serta menguraikan pembahasan tentang hasil – hasil yang diperoleh.

Bab V Simpulan dan Saran, pada bab simpulan dan saran yaitu membahas serta menguraikan kesimpulan yang diperoleh berdasarkan hasil dari penelitian dan berisi saran – saran untuk perbaikan agar terciptanya hasil yang lebih baik lagi serta rekomendasi yang dapat dijadikan pertimbangan bagi pihak – pihak yang terkait.