

**USULAN PROPOSAL
PENELITIAN**



**Analisis Dampak Empati, Seni Dan Kreativitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada
Wedding Organizer Di Kota Solok.**

Tahun ke 1 dari rencana 1 tahun

TIM PENGUSUL:

Ida Nirwana, SE.Msi (Ketua)
NIDN : 1009047102

Annisa Maghdalena (Anggota)
NPM : 161000461201074

UNIVERSITAS MAHAPUTRA MUHAMMAD YAMIN SOLOK
Semptember 2018

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Analisis Dampak Empati, Seni Dan Kreativitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Wedding Organizer Di Kota Solok.

Peneliti/Pelaksanaan

Nama Lengkap Ida Nirwana,SE.Msi
Nidn 1009047102
Jabatan Fungsional Lektor
Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi
Nomor Hp 082391546621
Alamat Surat (E-Mail)
Anggota Tim

Nama Lengkap Annisa Maghdalena
Npm 161000461201074
Perguruan Tinggi Universitas mahaputra Muhammad yamin
Tahun Pelaksanaan 2018-2019
Sumber Dana Mandiri
Biaya Tahun Berjalan Rp.6.500.000 (Enam Juta Lima Ratus Ribu Rupiah)
Biaya Keseluruhan Rp.6.500.000 (Enam Juta Lima Ratus Ribu Rupiah)



Solok, 30 Oktober 2018

Ketua,

(Ida Nirwana, SE.Msi)
NIDN : 1009047102



(DR. Wahyu Indah Mursalini, SE.MM)
NIDN: 1019017402

DAFTAR ISI

RINGKASAN

- 1. PENDAHULUAN**
- 2. TINJAUAN PUSTAKA**
- 3. METODE**
- 4. PEMBAHASAN**
- 5. PENUTUP**
- 6. JADWAL**
- 7. DAFTAR PUSTAKA**

LAMPIRAN

Ringkasan penelitian tidak lebih dari 500 kata yang berisi latar belakang penelitian, tujuan dan tahapan metode penelitian, luaran yang ditargetkan, serta uraian TKT penelitian yang diusulkan.

RINGKASAN

Sumber daya manusia yang berkualitas merupakan hal yang penting bagi kelangsungan hidup organisasi, sedangkan manajemen yang efektif adalah kunci bagi keberhasilan organisasi tersebut. Jika organisasi ingin berkembang dengan pesat, maka organisasi harus mempunyai sumber daya manusia yang mampu memberikan kepuasan yang baik terhadap konsumen.

Kepuasan konsumen berhubungan erat dengan kualitas jasa yang dihasilkan oleh suatu organisasi ataupun usaha, dimana tingkat layanan yang tinggi akan menghasilkan kepuasan konsumen yang lebih tinggi juga. Kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk yang dia rasakan dengan harapannya (**Sukarmen, Sularso, & Wulandari, 2013**). Setiap organisasi mempunyai tujuan untuk dapat tetap hidup dengan meningkatkan kepuasan konsumen sehingga tercipta loyalitas pelanggan terhadap suatu produk/jasa. Oleh karena itu, sebuah usaha haruslah memiliki kemampuan dalam menciptakan nilai tambah terhadap produk/jasanya. Hal ini dapat dilakukan melalui peningkatan empati, seni dan kreatifitas dalam produk/jasa yang ditawarkan.

Terkadang ada beberapa fenomena dalam bermakeup, ketika sedang bekerja selalu ada di beberapa titik yang membuat konsumen tidak senang dengan anggota Wedding Organizer (WO) Riko Keket yang belum mengerti sepenuhnya situasi konsumen. Apalagi jika ada anggota Wedding Organizer (WO) Riko Keket yang focus dalam bermakeup, mereka selalu tidak memperdulikan konsumen dan focus dalam bekerja. Tetapi ada juga konsumen yang susah di tebak karakternya. Sehingga anggota Wedding Organizer (WO) Riko Keket kesulitan untuk mengerti keinginan dari sikonsumen..

Disisi lain, bahwa empati berguna untuk menjalin hubungan pelanggan dalam layanan di tingkat interpersonal, sebagai anggota memainkan peran utama dalam membentuk layanan pengalaman karena ketidakterpisahan dari pertemuan langsung tatap muka antara layanan dan penyedia layanan. Empati juga memiliki peranan yang penting terhadap kepuasan konsumen.

Tujuan daripenelitian ini dilakukan adalah (1). Untuk mengetahui dampak empati terhadap kepuasan konsumen pada Wedding Organizer (WO) Riko Keket, (2). Untuk mengetahui dampak seni terhadap kepuasan konsumen pada Wedding Organizer (WO) Riko Keket, (3). Untuk mengetahui dampak kreativitas terhadap kepuasan konsumen pada Wedding Organizer (WO) Riko Keket, (4). Untuk mengetahui dampak empati, seni dan kreativitas

terhadap kepuasan konsumen pada Wedding Organizer (WO) Riko Keket. Tahapan metode pada penelitian ini adalah (1) Wawancara, (2) Pengamatan (observation), (3) Kepustakaan (4) Angket (questionnaire). Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan data primer. Luaran dari penelitian ini adalah artikel ilmiah yang diterbitkan pada jurnal nasional ber ISSN.

Kata kunci maksimal 5 kata

Empati;Seni;Kreativitas;Kepuasan Konsumen.

Latar belakang penelitian tidak lebih dari 500 kata yang berisi latar belakang dan permasalahan yang akan diteliti, tujuan khusus, dan urgensi penelitian. Pada bagian ini perlu dijelaskan uraian tentang spesifikasi khusus terkait dengan skema.

LATAR BELAKANG

Sumber daya manusia yang berkualitas merupakan hal yang penting bagi kelangsungan hidup organisasi, sedangkan manajemen yang efektif adalah kunci bagi keberhasilan organisasi tersebut. Jika organisasi ingin berkembang dengan pesat, maka organisasi harus mempunyai sumber daya manusia yang mampu memberikan kepuasan yang baik terhadap konsumen.

Empati anggota dari organisasi makeup menjadi bagian kualitas pelayanan yang penting, dimana empati merupakan salah satu ketrampilan sosial untuk menilai apa yang sedang terjadi dalam situasi pelayanan. Empati merupakan sebuah respons afektif yang berasal dari penangkapan atau pemahaman keadaan emosi atau kondisi lain, dan yang mirip dengan perasaan orang lain untuk merasakan (Setianto & Wartini, 2017). Setiap anggota harus memiliki kemampuan yang peka dan seni terhadap perubahan hasil make up. Empati memaknai dengan bentuk perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada konsumen dengan berupaya memahami keinginan konsumen tersebut dengan harapan konsumen akan merasa puas dan berkeinginan untuk memakai jasa make up kembali. Konsumen yang merasa puas dengan empati yang diberikan oleh anggota organisasi make up maka konsumen akan setia.

empati berguna untuk menjalin hubungan pelanggan dalam layanan di tingkat interpersonal, sebagai anggota memainkan peran utama dalam membentuk layanan pengalaman karena ketidakterpisahan dari pertemuan langsung tatap muka antara layanan dan penyedia layanan. Empati juga memiliki peranan yang penting terhadap kepuasan konsumen.

Didalam seni make up sangat diperlukan kreativitas yang berbeda-beda di setiap melakukan make up, agar mendapatkan keindahan dalam melihat semua hasil dari seni make up yang diberikan kepada konsumen, sehingga konsumen selalu merasa puas dan suka dengan hasil

seni yang kita berikan. MUA (MAKE UP ART) harus bisa memberikan atau mempraktekkan hasil seni-seni yang baru agar konsumen tidak bosan dengan hasil yang kita berikan.

Didalam seni makeup juga ada beberapa fenomena dalam bekerja, terkadang anggota Wedding Organizer (WO) Riko Keket harus memberikan karya-karya baru dalam bermakeup. anggota Wedding Organizer (WO) Riko Keket harus selalu memikirkan seni seperti apa yang harus di kerjakan untuk mendapatkan hasil yang bagus dan menarik bagi konsumennya. Dan juga sering terjadi kesulitan bagi anggota Wedding Organizer (WO) Riko Keket ketika sudah melihat wajah atau bentuk wajah dari konsumen, tidak mudah memikirkan seni makeup yang akan dikerjakan dengan konsumen-konsumen baru dan wajah-wajah baru. Sehingga anggota Wedding Organizer (WO) Riko Keket harus pintar dalam memberikan seni-seni yang baru dalam bermake up, agar hasilnya bisa memuaskan konsumen.

Bisnis merupakan jenis usaha yang menjual barang atau jasa yang dilakukan oleh perorangan, sekelompok orang atau organisasi kepada konsumen dengan tujuan utama memperoleh keuntungan atau laba. Dalam bidang makeup sangat dibutuhkan empati, seni dan kreativitas keterampilan untuk menghias pelanggan atau konsumen, sementara itu kebutuhan personal akan jasa makeup juga tidak kalah besarnya, hampir semua orang suka di makeup atau dihias, dan hampir semua orang juga memiliki moment istimewa yang ingin diabadikan. Oleh karena itu saya melakukan penelitian dengan Analisis Dampak Empati, Seni Dan Kreativitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Wedding Organizer Di Kota Solok.

Tinjauan pustaka tidak lebih dari 1000 kata dengan mengemukakan *state of the art* dalam bidang yang diteliti. Bagan dapat dibuat dalam bentuk JPG/PNG yang kemudian disisipkan dalam isian ini. Sumber pustaka/referensi primer yang relevan dan dengan mengutamakan hasil penelitian pada jurnal ilmiah dan/atau paten yang terkini. Disarankan penggunaan sumber pustaka 10 tahun terakhir.

TINJAUAN PUSTAKA

Kepuasan konsumen adalah sejauh mana manfaat sebuah produk dirasakan (perceived) sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan (**Tarigan & Widjaja, 2016**), kepuasan adalah ketika konsumen memenuhi kebutuhannya, hal itu merupakan konsumen memberikan penilaian terhadap sebuah fitur produk atau jasa, atau produk atau jasa itu sendiri. Hal itu merupakan suatu kepuasan yang didapatkan konsumen yang berhubungan dengan pemenuhan kebutuhan (**Wardani, 2017**). Kepuasan konsumen/pelanggan adalah tingkat kepuasan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya

(Khusaini, 2016). Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan (Kusmiati, 2015).

kepuasan konsumen merupakan evaluasi purnabeli keseluruhan atas suatu produk ataupun pemanfaatan jasa (Daulika & Millanyani, 2015). Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang diterima dan diharapkannya (Puri, 2016). Kepuasan konsumen merupakan tanggapan perilaku berupa evaluasi atau penilaian konsumen terhadap penampilan kinerja suatu barang atau jasa yang dirasakan konsumen dibandingkan dengan keinginan, kebutuhan dan harapan terhadap produk atau jasa tersebut (Rachmawati, 2016). Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja/hasil sesuatu produk dan harapan-harapannya (Hariasari, 2015).

Menentukan kepuasan konsumen, terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan (Khusaini, 2016), yaitu:

1. **Kualitas Produk**, Pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
2. **Kualitas pelayanan**, Terutama untuk industri jasa pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan.
3. **Emosional**, Pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merk tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.
4. **Harga**, Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya.
5. **Biaya**, Pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa itu.

Empati merupakan salah satu ketrampilansosial untuk menilai apa yang sedang terjadi dalam situasi pelayanan (Ganang Setianto, Sri Wartini). Empati merupakan pengalaman menempatkan diri pada keadaan emosi orang lain seolah-olah mengalaminya sendiri (Andromeda, 2017). Empati adalah mengenali perasaan orang lain dan memahami pengalaman emosional orang lain tanpa berpartisipasi didalamnya (Prasetya, 2015).

Faktor-faktor yang mempengaruhi empati (**Andromeda, 2017**), yaitu:

- a. Sosialisasi, dengan adanya sosialisasi memungkinkan seseorang dapat mengalami sejumlah emosi, mengarahkan seseorang untuk melihat keadaan orang lain dan berpikir tentang orang lain.
- b. ***Mood and feeling***, situasi perasaan seseorang ketika berinteraksi dengan lingkungannya akan mempengaruhi cara seseorang dalam memberikan respon terhadap perasaan dan perilaku orang lain.
- c. Situasi dan tempat, pada situasi tertentu seseorang dapat berempati lebih baik dibandingkan dengan situasi yang lain.
- d. Proses belajar dan identifikasi, apa yang telah dipelajari anak dirumah atau pada situasi tertentu diharapkan anak dapat menerapkannya pada lain waktu yang lebih luas.

Komunikasi dan bahasa, pengungkapan empati dipengaruhi oleh komunikasi (bahasa) yang digunakan seseorang Seni merupakan proses dari manusia, dan oleh karena itu merupakan sinonim dari ilmu. Seni bisa dilihat dalam intisari ekspresi dari kreatifitas manusia. Seni sangat sulit untuk dijelaskan dan juga sulit dinilai, bahwa masing-masing individu artis memilih sendiri peraturan dan parameter yang menuntunnya atau kerjanya, masih bisa dikatakan bahwa seni adalah proses dan produk dari memilih medium, dan suatu set peraturan untuk penggunaan medium itu, dan suatu set nilai-nilai yang menentukan apa yang pantas dikirimkan dengan ekspresi lewat medium itu, untuk menyampaikan baik kepercayaan, gagasan, sensasi, atau perasaan dengan cara seefektif mungkin untuk medium itu. Sekalipun demikian, banyak seniman mendapat pengaruh dari orang lain masa lalu, dan juga beberapa garis pedoman sudah muncul untuk mengungkap gagasan tertentu lewat simbolisme dan bentuk (Heru Setiawan).

Kreativitas adalah menghubungkan dan merangkai ulang pengetahuan di dalam pikiran-pikiran manusia untuk berpikir secara lebih bebas dalam membangkitkan ide-ide baru dalam menghasilkan inovasi yang bermanfaat (**Aditi & Hermansyur, 2017**). Kreativitas sebagai kemampuan untuk memahami dunia, menginterpretasi pengalaman dan memecahkan masalah dengan cara yang baru dan asli (**Tarigan & Widjaja, 2016**). Kreativitas merupakan kemampuan berpikir tingkat tinggi yang mengimplikasikan terjadinya eskalasi dalam kemampuan berpikir, ditandai oleh sukseksi, diskontinuitas, diferensiasi, dan integrasi antara tahap perkembangan (**Kurniasari, 2018**). Kreativitas adalah kemampuan yang mencerminkan kelancaran, keluwesan,

Daftar pustaka disusun dan ditulis berdasarkan sistem nomor sesuai dengan urutan pengutipan. Hanya pustaka yang disitasi pada usulan penelitian yang dicantumkan dalam Daftar Pustaka.

DAFTAR PUSTAKA

1. Aditi, B., & Hermansyur. (2017). Pengaruh inovasi dan kreativitas terhadap kepuasan konsumen pada umkm di kota Medan. *Jurnal Manajemen Tools*, 7(1), 1–9.
2. Ahmad Zayadi, S. S. (2011). Kreatifitas dan inovasi usaha. In *Modul Pelatihan Pengembangan UsahaMina Pedesaan* (pp. 1–28).
3. Artika, M. N. W. D. (2017). *Hubungan antara kreativitas dengan hasil belajar siswa dalam pokok bahasan keliling dan luas Lingkaran pada siswa kelas VIII B SMP Kanisius Sleman Tahun ajaran 2016/2017*.
4. Daulika, D., & Millanyani, H. (2015). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada hotel aston primera pasteur Bandung. *E-Proceeding of Management*, 2(3), 2533–2540.
5. Dianto, I. W. (2013). *Analisis Kepuasan konsumen waroeng steak dan shake Jl. Cendrawasih No. 30 Yogyakarta*.
6. Dwi Retno Andriani, SP., M. (2012). Kreativitas dan inovasi. In *Rancangan Usaha Agribisnis* (pp. 1–8).
7. Hadiyati, E. (2012). Kreativitas dan inovasi pengaruhnya terhadap pemasaran kewirausahaan pada usaha kecil. *Jurnal Inovasi Dan Kewirausahaan*, 1(3), 135–151.
8. Hariasari, A. (2015). *Tingkat kepuasan konsumen terhadap produk restoran nikkou ramen Yogyakarta*.
9. Jayadi, R. P., & Efendi, Z. (2018). *Analisis kepuasan konsumen terhadap makanan tradisional “lemang tapai ” di kota bengkulu customer satisfaction analysis on lemanng tapai traditional food of Bengkulu*. 8(2), 124–132.
10. Khusaini, A. (2016). *Analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di SPA Club Arena Yogyakarta*.
11. Kusmiati, S. (2015). *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen (studi pada koperasi “koppi maniez” pondok pesantren nurul ummah putri Yogyakarta)*.
12. Martono, N. (2012). Scanned by TapScanner. In *Metode Penelitian Kuantitatif* (pp. 23–74).
13. Mentari, A. (2017). *Pengaruh kreativitas iklan, citra merek, dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen (Studi Kasus pada Konsumen Provider Axis di Yogyakarta)*.

14. Muslichati, E. Z. (2015). *Pengaruh kualitas layanan dan inovasi layanan terhadap kepuasan konsumen pada rumah sakit buah hati di Kabupaten Kudus.*
15. Prastowo, A. (2011). Metode Penelitian Kualitatif. In *Metode Penelitian Kualitatif*(pp. 208–220)..



UNIVERSITAS MAHAPUTRA MUHAMMAD YAMIN
Lembaga Penelitian Dan Pengabdian Pada Masyarakat (LP3M)
Kampus I Jln. Jendral Sudirman No. 6 Telp. 0755-20565
Kampus II Jln. Raya Koto Baru No. 7 Kec. Kubung Kab. Solok Telp. 0755-20127

Surat Tugas

No. 25.10/ST-P/LP3M-UMMY/X-2018

Kepala Lembaga Penelitian Dan Pengabdian Pada Masyarakat (LP3M) Universitas Mahaputra Muhammad Yamin Solok, dengan ini menugaskan kepada:

Nama : Ida Nirwana, SE.Msi
NIDN : 1009047102
Pangkat/Golongan Ruang : Lektor III/d
Prodi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Alamat : Tanjung Bingkung

Untuk melaksanakan kegiatan Penelitian dengan judul: "Analisis Dampak Empati, Seni Dan Kreativitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Wedding Organizer Di Kota Solok", pada Tahun Akademik 2018/2019

Demikian Surat Tugas ini dibuat untuk dapat dilaksanakan dengan baik dan penuh tanggung jawab.



Solok, 25 Oktober 2018
Kepala LP3M UMMY

DR. Wahyu Indah Mursalini, SE. MM.
NIDN. 1019017402