

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Bisnis percetakan adalah bentuk salah satu jenis usaha yang saat ini berada dalam iklim persaingan yang sangat ketat. Perjuangan untuk menciptakan bisnis yang berulang dengan pelanggan menempati titik sentral dalam upaya untuk tetap unggul pada persaingan jangka panjang. Hal ini dapat dilakukan salah satunya adalah dengan selalu memperbaiki kualitas layanan yang diberikan pada para pelanggannya.

Percetakan hingga sampai saat ini mengalami perubahan yang berarti perubahan ini mulai dari penekanan ekonomi dan sektor manufaktur ke sektor jasa yang dimaksud jasa percetakan. Percetakan (*printing*) adalah bentuk teknologi atau seni yang memproduksi salinan dari sebuah *image* dengan sangat cepat, seperti kata-kata atau gambar-gambar (*image*) diatas kertas, kain, dan permukaan-permukaan lainnya. Setiap harinya, milyaran bahan cetak produksi, termasuk buku, kalender, bulletin, majalah, surat kabar, poster, undangan pernikahan, perangko kertas dinding, dan bahan kain. Dengan demikian, hasil percetakan dapat dengan cepat mengkomunikasikan pemikiran dan informasi ke jutaan orang.

Percetakan Percetakan Tanaskarns adalah salah satu percetakan di Kota Surabaya yang awalnya bergerak di bidang Percetakan tetapi sekarang sudah berkembang dengan bidang usaha lain, yaitu undangan, *souvenir*, *photocopy*, dan

konveksi. Tujuan utama didirikannya sebuah unit percetakan adalah untuk memenuhi seluruh kebutuhan cetak yang ada di masyarakat Kota Surabaya. Namun dalam perkembangannya percetakan dituntut untuk bisa mengerjakan semua jenis cetakan dan alat promosi, seperti kebutuhan cetak dan promosi di lingkungan instansi, sekolah, serta masyarakat luas pada umumnya. Mulai dari cetak brosur, poster, kalender, buku, jurnal, majalah, tabloid, *paper bag*, *goodie bag*, undangan, souvenir pernikahan, spanduk, *sticker*, kaos, jaket dan lain-lain.

Perkembangan industri percetakan di Indonesia baik percetakan kecelakaan maupun percetakan semakin melaju dengan pesat. Hal ini ditandai dengan semakin banyaknya perusahaan percetakan yang berdiri jadi tingkat persaingan perusahaan sejenis semakin tajam.

Hingga sampai saat banyak perusahaan yang berlomba untuk menciptakan kepuasan pelanggannya. perusahaan beransumsi bahwa pelanggan yang puas akan memberikan keuntungan yang besar bagi perusahaan. Pelanggan yang puas akan membawa banyak pelanggan yang lain ke tempat perusahaan. yang kemudian membawa pelanggan yang banyak lagi dan begitu seterusnya. Pelanggan yang puas akan membeli lebih banyak sepanjang waktu dan membeli lebih sering. Mereka akan memberikan rekomendasi kepada kerabat dan teman-temannya sehingga terjalin hubungan antara penjual, pelayanan, kepuasan dan keuntungan secara langsung. semakin puas seorang pelanggan maka akan semakin banyak uang yang akan dibelanjakannya maka semakin banyak barang yang akan terjual maka keuntungan bagi perusahaan pun menjadi makin besar.

Dan hasil laporan yang dibuat Percetakan Tanaskarns tentang jumlah pesanan. diketahui kecenderungan penurunan jumlah pesanan. Hal tersebut dapat dilihat dan jumlah pesanan dalam kurun waktu 5 tahun terakhir dan tahun 2013-2017. pada tahun 2013 jumlah pesanan (kaos sablon) mencapai 775 pesanan. tahun 2014 jumlah pesanan mengalami penurunan menjadi 765 pesanan atau (1,48)% kemudian pada tahun 2015 jumlah pesanan naik menjadi 789 pesanan atau 3,61%, pada tahun 2016 jumlah pesanan mengalami penurunan menjadi 635 pesanan dengan presentase 22,35%, Dan pada tahun 2017 jumlah pesanan mengalami penurunan menjadi 605 pesanan dengan presentase (5,61)%.

Tabel 1. Tabel Data Penurunan Jumlah pesanan Percetakan Tanaskarns:

Tahun	Jumlah (pesanan)	Prosentase (%)
2013	775	-
2014	765	-1.29
2015	789	3.14
2016	635	-19.52
2017	605	-4.72

Sumber: Percetakan Tanaskarns

Fluktuasi naik turunnya jumlah pesanan juga diimbangi dengan naik turunnya jumlah pelanggan, data yang dihimpun dari perusahaan diperoleh jumlah pelanggan sebagai berikut:

Tabel 2. Tabel Data Penurunan Jumlah pelanggan Percetakan Tanaskarns:

Tahun	Jumlah pelanggan (kaos sablon)	Prosentase (%)
2014	85	-
2015	89	4.71
2016	70	-21.35
2017	64	-8.57
2018	76	18.75

Sumber: Percetakan Tanaskarns

Berdasarkan data penurunan pelanggan pada table 2 diatas diperkirakan bahwa penurunan pelanggan Percetakan Tanaskarns kemungkinan disebabkan oleh adanya pelayanan yang diberikan oleh pihak perusahaan yang kurang memuaskan. Ukuran layanan yang dipergunakan sebagai tolok ukur loyalitas pelanggan adalah layanan berdasarkan kinerja akan lebih merefleksikan kualitas jasa/pelayanan. *Kualitas pelayanan* dikembangkan oleh Cronin dan Taylor pada tahun 1992 dan 1994. Skala ini menyatakan bahwa ukuran kualitas jasa/pelayanan adalah kinerja dari jasa/pelayanan yang diterima oleh pelanggan itu sendiri dan pelanggan hanya akan dapat menilai kualitas dari pelayanan yang benar-benar mereka rasakan.

Selain jumlah pesanan yang mengalami penurunan, diperoleh data jumlah keluhan pelanggan seperti pada table berikut ini:

Tabel 4: Jumlah keluhan yang disampaikan oleh pelanggan tanaskarns

Tahun 2019	jumlah keluhan	Turun	Meningkat
januari	10		
pebruari	8	-20.00	
maret	11		37.50
april	13		18.18
mei	18		38.46

Sumber: Internal perusahaan

Berdasarkan table diatas dapat terlihat bahwa pada periode bulan Januari hingga Mei di tahun 2019 mengalami peningkatan jumlah keluhan, tertinggi pada bulan Mei. Hingga tanggal 8 Mei 2019 terdapat keluhan pelanggan sebesar 18 orang pelanggan. Banyaknya jumlah keluhan yang dilakukan oleh pelanggan menunjukkan bahwa perusahaan mengalami permasalahan pada kepuasan pelanggan yakni:

1. Penyelesaian hasil cetakan yang tidak tepat waktu sesuai janji yang di tentukan
2. Warna sablon yang kurang bagus dan hasil cetakan kurang presisi / merata
3. Kurangnya tanggap pada saat merespons keluhan pelanggan
4. Minim nya editor gambar, jadi sering menjadi ke salah paham an antara karyawan dan pelanggan

Akibat dari permasalahan tersebut di duga menyebabkan turun nya jumlah pelanggan yang berdampak pada turun nya pesanan.

Pelanggan merasa tidak puas akan kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak perusahaan. Kualitas pelayanan (*kualitas pelayanan*) akan lebih merefleksikan kualitas jasa/pelayanan karena pengukuran terhadap kualitas pelayanan dalam *service quality* yang diajukan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1985, 1988) telah membentuk paradigma yang lemah dimana harapan pelanggan terhadap kualitas jasa mengacu kepada harapan pelanggan terhadap penyedia jasa secara umum, sedangkan persepsi terhadap

kinerja jasa mengarah kepada perusahaan jasa yang dituju/spesifik. Hal ini diperkuat dengan pernyataan Alford dan Sherrell (1996), bahwa *kualitas pelayanan* akan menjadi prediktor yang baik bagi kualitas jasa/pelayanan.

Menurut hasil survey McKinsey (Marketing Research Indonesia, 2012) tentang *personal financial service* mengindikasikan bahwa perilaku pelanggan perusahaan jasa di Indonesia makin tak mudah ditebak. Mereka sangat puas dengan layanan nya, tapi mereka tetap mau pindah jika perusahaan lain memberikan *kualitas pelayanan* sesuai harapannya terlebih lagi bila pelanggan berada pada kelas ekonomi papan atas yang makin potensial menjadi pelanggan jasa percetakan kutu loncat. Fenomena yang ada telah mampu menggeser kepuasan menjadi variabel yang bias dalam bisnis usaha. Hal ini seperti yang dikemukakan oleh Schnaars dalam Tjiptono (2014), bahwa terdapat empat kemungkinan hubungan antara kepuasan dan loyalitas pelanggan yaitu : *failures, forced loyalty, defectors, dan successes*. Dalam prosesnya, loyalitas ditimbulkan

oleh kepuasan tetapi bukan kepuasan pada tingkat "cukup puas" tetapi kepuasan pada tingkat tertentu "sangat puas" yang hanya dapat menciptakan loyalitas pelanggan (Bhote, 1996) yang menunjukkan hasil penelitiannya bahwa pada saat tingkat kepuasan pelanggan mencapai 90%, *loyal customers* maka loyalitas mereka mencapai 40%.

Kepuasan adalah bentuk salah satu faktor penyebab terbentuknya loyalitas pelanggan (Dick dan Basu, 2010). Taylor dan Baker (1994) memperbaiki hubungan antara *kualitas pelayanan*, kepuasan pelanggan, dan intensi pembelian pelanggan yang tercermin melalui loyalitas. Sehingga dalam pelayanan jenis usaha baru, posisi *kualitas pelayanan* diyakini semakin kuat menciptakan loyalitas pelanggan. sedangkan kepuasan pelanggan menjadi factor yang dapat mempengaruhi serta memperkuat pengaruh *kualitas pelayanan terhadap kepuasan* pelanggan (Josee Bloemer, Kode Ruyter, dan Pascal Peeters, 1998).

Berdasarkan uraian diatas maka penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas pelayanan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Percetakan Tanaskarns.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan diatas, maka perumusan masalah yang diambil dalam penelitian ini adalah:

- a. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Percetakan Tanaskarns?
- b. Apakah kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Percetakan Tanaskarns?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukan penelitian ini adalah:

- a. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Percetakan Tanaskarns.
- b. Untuk menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Percetakan Tanaskarns.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak antara lain:

- a. Bagi perusahaan kiranya penelitian ini dapat memberikan tambahan informasi tentang manfaat informasi tentang kualitas pelayanan, kepuasan dan loyalitas pelanggan .
- b. Bagi pembaca kiranya penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagai tambahan referensi bagi penelitian selanjutnya khususnya penelitian yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, kepuasan dan loyalitas pelanggan.