

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan zaman yang semakin hari semakin berkembang, membuat banyak terjadi persaingan antar kompetitor dalam berbagai sektor. Mulai dari sektor perindustrian hingga retail. Hal ini dapat dilihat dari berkembangnya suatu Kota atau daerah. Ketika suatu kota atau daerah mengalami perkembangan yang pesat, maka akan terjadi perkembangan pula dalam berbagai sektor penggerak perekonomian di Kota tersebut.

Salah satu yang mengalami persaingan yang ketat di zaman seperti sekarang adalah perusahaan yang bergerak di bidang percetakan. Hal ini terjadi di bidang percetakan ketika ada beberapa perusahaan baru yang hadir dengan teknologi yang terbaru membuat perusahaan yang terlebih dahulu bergerak di bidang percetakan mengalami penurunan penjualan. Teknologi terbaru yang digunakan adalah tingkat kecepatan produksi/meter dari mesin cetak yang jauh lebih cepat. Mesin cetak yang menggunakan teknologi terbaru bahkan bisa mencetak hampir dua kali lebih cepat dari mesin cetak yang lama. Kualitas yang dihasilkan juga sama baiknya.

Untuk bertahan menghadapi para kompetitor lain, para pengusaha di bidang percetakan harus lebih kreatif dan inovatif untuk dapat bersaing. Ada beberapa cara yang bisa digunakan beberapa perusahaan yang bergerak di bidang percetakan untuk tetap bertahan menghadapi kompetitor baru seperti sekarang ini. Misalnya dengan memberikan price cut, meningkatkan kualitas dari produk

mereka, ataupun meningkatkan kualitas dari pelayanan yang mereka berikan terhadap pelanggan.

Menurut Kotler dan Keller (2009,p.143), Kualitas produk adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang ditanyakan atau tersirat. Perkembangan bisnis percetakan juga sudah merambah di Kota Madiun. Kota Madiun sekarang sudah lebih maju daripada dulu dari sektor pembangunan, ekonomi, serta pariwisata. Sekarang sudah banyak orang yang tidak lagi memperhatikan harga ketika memerlukan sesuatu yang mendadak. Ketika apa yang dibutuhkan bisa terpenuhi sebelum batas waktu yang telah ditentukan, harga tidak lagi menjadi masalah. Ada pula yang mengutamakan kualitas produk. Misalnya seseorang menginginkan ketahanan dari produk agar tidak sering mengganti produk tersebut ketika rusak. Dan ketika kualitas menjadi pilihannya, harga tidaklah menjadi suatu masalah.

Dalam teori ekonomi, kita mempelajari bahwa harga (price), nilai (value), dan manfaat (utility) merupakan konsep yang saling berkaitan. Manfaat (utility adalah atribut sebuah item/barang yang mempunyai kemampuan untuk memuaskan keinginan. Nilai adalah ukuran kuantitatif bobot sebuah produk yang dapat dipertukarkan dengan produk lain. Kita juga memakai istilah harga untuk menggambarkan nilai uang sebuah item. Harga adalah nilai yang disebutkan dalam rupiah dan sen atau medium moneter lainnya sebagai alat ukur.

Harga merupakan komponen bauran pemasaran dari perusahaan yang sangat jelas terlihat dan mudah digunakan serta merupakan alat yang efektif untuk mendapatkan keunggulan untuk melawan para pesaing.

Harga ditentukan dengan dua cara dasar, yaitu dengan menggunakan konsep teori penawaran dan permintaan (supply and demand) serta analisis penetapan harga berdasarkan biaya (cost-based pricing) yang lengkap. Sementara teori ekonomi memberikan sudut pandang yang menyeluruh, penetapan harga berdasarkan biaya menganggap keputusan menentukan harga sebagai tugas yang praktis dan langsung (Boone & Kurtz, Pengantar Bisnis, alih bahasa oleh Emil Salim (Jakarta: Erlangga, 2002), Jilid ke-2, h.73.)

Ada salahsatu percetakan di Kota Madiun yang menetapkan harga berdasarkan biaya (*cost-based pricing*) yang juga miliki motto “Harga = Kualitas”, yaitu Jogja Printing Madiun. Selain hal yang telah disebutkan sebelumnya, ada pula sesuatu yang sering dilupakan oleh pemilik usaha padahal sangat besar dampaknya terhadap keputusan pembelian dan hal tersebut tentunya akan sangat mempengaruhi tingkat pembelian ulang serta kepuasan pelanggan. Hal tersebut adalah kualitas dari pelayanan terhadap calon pelanggan yang hendak melakukan pemesanan suatu produk. Kadangkala, ada suatu waktu dimana pelanggan tidak lagi memikirkan tentang harga karena menyadari pelayanan yang didapatkannya melebihi ekspektasi dari pembeli tersebut.

Menurut Kotler dan Armstrong (2017: 244), Kualitas layanan adalah suatu bentuk produk yang terdiri dari kegiatan, manfaat, atau kepuasan yang di tawarkan untuk dijual yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Mengenai harga, melakukan penetapan harga tidak bisa dilakukan sembarangan karena harga bagi suatu usaha/badan usahamenghasilkan pendapatan (income), adapun adapun unsur-unsur bauran

pemasaran lainnya yaitu Product (produk), Place (tempat/saluran) dan Promotion (promosi) menimbulkan biaya atau beban yang harus ditanggung oleh suatu usaha/badan usaha. Jika harga merupakan pendapatan bagi pengusaha maka ditinjau dari segi pelanggan, maka harga merupakan suatu pengeluaran atau pengorbanan yang harus dikeluarkan oleh pelanggan untuk mendapatkan produk yang diinginkan guna memenuhi kebutuhan dari pelanggan tersebut. Jadi ketika seorang pelanggan merasa suatu pengeluaran yang harus dikeluarkan tadi setimpal dengan apa yang ia dapat, maka itu tidak akan menjadi suatu masalah. Pada tahun 2020 sejak bulan Maret virus Covid-19 masuk Indonesia. Hampir semua bidang mulai dari ritel, percetakan, perkantoran, dipaksa tutup oleh pemerintah daerah dikarenakan menjadi salah satu penyebab penyebaran virus Covid-19 semakin meluas. Jogja Printing Madiun mengalami penurunan penjualan yang cukup besar selama adanya pembatasan waktu operasional ditahun 2020.

**Tabel 1.1. Data Omzet penjualan per-Kuartal 2018-2020**

Tahun	Kuartal I	Kuartal II	Kuartal III	Kuartal IV
2018	Rp. 334.247.000	Rp. 317.635.500	Rp. 309.226.500	Rp. 292.325.500
2019	Rp. 243.810.000	Rp. 276.649.500	Rp. 298.857.500	Rp. 290.402.000
2020	Rp. 287.127.400	Rp. 239.367.500	Rp. 259.268.500	Rp. 255.385.000

Menurut perkataan dari Dwi Ita selaku manajer dari Jogja Printing Madiun, penjualan di tahun 2020 sangat sulit untuk mencapai target. Target dari Jogja Printing Madiun sendiri adalah mencapai omzet >Rp. 85.000.000 per bulan. Dari

table 1.1, dapat dilihat bahwa dari tahun 2018 hingga tahun 2020 omzet penjualan di percetakan Jogja Printing Madiun fluktuatif. Mulai dari Kuartal I tahun 2018 Jogja Printing Madiun mendapatkan penjualan yang sangat besar hingga mencapai Rp. 334.247.000. Sedangkan untuk Kuartal IV pada tahun 2018 mulai mengalami sedikit penurunan meskipun tidak terlalu signifikan yaitu turun menjadi Rp. 292.325.500.

Pada Kuartal I tahun 2019 percetakan Jogja Printing Madiun mengalami penurunan penjualan menjadi Rp. 243.810.000. Hal ini terjadi karena mulai banyak muncul perusahaan percetakan yang baru di Madiun, sehingga banyak orang yang tergiur oleh harga promo yang lebih murah daripada harga yang ditawarkan oleh Jogja Printing Madiun. Namun penurunan tadi hanya berlangsung pada Kuartal I tahun 2019 saja. Hal ini membuktikan bahwa memang banyak pesaing baru yang muncul tetapi tidak banyak yang mampu bersaing menggunakan price cut secara terus menerus jika menggunakan kualitas yang sama baiknya.

Sedangkan pada awal awal tahun 2020 disaat penjualan di percetakan Jogja Printing Madiun kembali naik dan mulai normal pada Kuartal I sebesar Rp. 287.127.400, Pemerintah Daerah Kota Madiun mengeluarkan kebijakan PSBB. Kebijakannya yaitu semua pertokoan dan perkantoran yang ada di Kota Madiun harus tutup pukul 21.00 WIB dan ada penutupan akses keluar masuk Kota Madiun. Kebijakan Pemerintah tersebut membuat percetakan Jogja Printing Madiun mengalami tantangan yang baru lantaran diterapkannya PSBB dan terjadinya perubahan pola pemesanan pada pelanggan. Pola pemesanan yang

dimaksud disini adalah ketika sebelum diterapkannya PSBB di Kota Madiun, pelanggan sering melakukan pemesanan produk pukul 20.00 keatas. Tetapi ketika diterapkannya PSBB yang mengharuskan semua pertokoan untuk tutup pukul 21.00, pelanggan diberikan pilihan agar pesanan selesai hari itu juga, maka pemesanan harus dilakukan sebelum pukul 19.00 WIB, atau bisa melakukan pemesanan pada hari berikutnya. Hal tersebut dapat mempengaruhi jumlah penjualan karena pembatasan pemesanan pada pukul 19.00 WIB.

Berdasarkan data pada Tabel 1.1 tersebut dapat dilihat bahwa pada tahun 2019 Kuartal I yang mengalami penurunan jumlah penjualan kemudian meningkat kembali pada Kuartal II tahun 2019 menunjukkan bahwa pelanggan tidak hanya melihat pada price cut saja ketika melakukan pemesanan. Faktor kualitas hasil produksi juga mempengaruhi pelanggan untuk melakukan pemesanan di Jogja Printing Madiun. Menurut Kotler (2004), kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang dipersepsikannya dengan harapannya. Jadi karena telah merasa puas dengan apa yang didapat pelanggan dari pembelian produk di Jogja Printing Madiun, maka hasilnya adalah terjadi kenaikan omzet penjualan. Berdasarkan latar belakang yang disebutkan diatas, maka penulis tertarik untuk mengkaji dan meneliti lebih lanjut dengan judul : “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Percetakan Jogja Printing Madiun”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penulis merumuskan masalahnya, yaitu:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Jogja Printing Madiun?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Jogja Printing Madiun?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun yang menjadi tujuan penulisan ini adalah :

1. Untuk menganalisis apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Jogja Printing Madiun.
2. Untuk menganalisis apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Jogja Printing Madiun.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Aspek Praktis
  - a. Bagi Lembaga Akademis

Penelitian ini menerapkan teori yang diperoleh dengan keadaan di lapangan serta dapat menjadi acuan bagi penelitian-penelitian berikutnya.

- b. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat membantu manajemen sebagai bahan pertimbangan dalam menetapkan keputusan untuk meningkatkan penjualan.

c. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memperdalam pengetahuan ilmu yang diperoleh sesuai dengan kasus penelitian.

2. Aspek Teoritis

- a. Penelitian diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan wawasan mengenai kualitas produk, kualitas pelayanan, dan juga kepuasan pelanggan.
- b. Dapat dijadikan referensi bagi peneliti berikutnya yang membahas topik yang sama atau yang berkaitan dengan kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan.