

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan adanya kemajuan ilmu pengetahuan teknologi seperti saat ini, di jalanan kota besar, seluruh sudut kota telah dihiasi dengan aneka macam reklame baik itu yang digital maupun yang non digital. Digital printing merupakan sarana yang cukup efektif untuk menyampaikan pesan-pesan dari sebuah Usaha, Organisasi, Industri Perusahaan, atau Dinas Pemerintah. Secara umum percetakan (*Printing*) adalah perusahaan industri yang memproduksi secara massal tulisan dan gambar, terutama dengan menggunakan tinta di atas kertas yang dikerjakan oleh sebuah mesin cetak. Bentuk produk cetak dari digital printing antara lain adalah brosur, *leaflet*, poster, MMT, *banner*, reklame, spanduk, *sticker*, *one way*, dan sebagainya.

Sangatlah potensial untuk membuka sebuah usaha di bidang percetakan digital baik itu cetak *outdoor* maupun *indoor*. Peluang usaha yang bagus tersebut meningkatkan persaingan pada bisnis percetakan. Pemilik usaha percetakan dituntut untuk bisa memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan kualitas pelayanan mereka. Konsep produk yang mengutamakan kualitas dan kinerja akan sangat mempengaruhi penjualan perusahaan dengan didukung sumber daya yang berkualitas.

Kurangnya kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan kepada konsumen akan menjadi penghalang bagi proses penjualan perusahaan karena kurangnya kepuasan yang didapatkan para pelanggan.

CV. HT Media *Digital Printing* merupakan perusahaan yang bergerak di bidang percetakan *banner*, fotokopi, dan spanduk. Umumnya perusahaan ini lebih mengutamakan kualitas pelayanan untuk memenuhi kepuasan para konsumen. Pesanan yang dapat diselesaikan secara tepat waktu merupakan salah satu upaya perusahaan memberikan kepuasan pada pelanggan. Perusahaan perlu meningkatkan daya saingnya dari ketepatan waktu penyelesaian suatu pesanan produk karena hal tersebut dapat menjadi suatu pertimbangan pelanggan dalam menggunakan jasa percetakan di perusahaan.

Kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen. Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau *service* yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan (*service quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima/peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan/inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Perusahaan menganggap konsumen sebagai raja yang harus dilayani dengan baik, mengingat dari

konsumen tersebut akan memberikan keuntungan kepada perusahaan agar dapat terus hidup. Kualitas pelayanan dinilai baik dan memuaskan apabila kualitas pelayanan melampaui harapan konsumen, dan sebaliknya jika kualitas pelayanan rendah, maka kualitas pelayanan dinilai buruk. Dengan demikian baik buruknya kualitas pelayanan terletak pada kemampuan penyedia layanan dalam memenuhi harapan masyarakat (para penerima layanan) secara konsisten.

Nilai dari suatu produk merupakan bagian strategis dalam transaksi. Implikasinya langsung terhadap harga, keunikan, keotentikan, manfaat yang ditawarkan penjual dan juga diinginkan pembeli. Memetakan harga suatu produk dengan faktor nilai manfaat merupakan pendekatan lazim dari proses transaksi jual beli yang dikenal dengan pendekatan *value proposition*. Pendekatan yang memetakan sisi harga pada domain harga, serta relasinya pada seberapa besar manfaat yang diberikan. Kemampuan mengkalkulasi nilai produk tidak lepas pada pengetahuan akan karakteristik produk beserta nilainya. Nilai suatu produk dapat terukur sampai yang bernilai relatif. Contoh nilai produk yang terukur secara universal seperti emas, bahan bakar minyak, hasil tambang dan komoditas lainnya. Nilai produk yang bersifat relatif berdasarkan segmentasinya seperti barang unik, antik, karya seni serta barang bernilai historis lainnya. Variabel besaran nilai produk merupakan representasi dari aspek manfaat, keunikan, keotentikan, momentum serta juga berkaitan dengan aspek ketersediaan dan kebutuhan (*supply dan demand*). Kepekaan menaksir nilai

suatu produk membantu dalam menentukan kepantasan suatu produk pada kisaran harga tertentu.

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang telah dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Apabila kinerja berada di atas persepsi konsumen, maka konsumen akan puas dan apabila kinerja berada di bawah persepsi konsumen, maka konsumen akan kecewa. Konsumen yang puas akan lebih setia kepada perusahaan dan yang kecewa akan tidak tertarik lagi menggunakan produk/jasa perusahaan sehingga dapat mengurangi laba. Memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan.

Kurangnya kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan saat pengambilan pesanan yang diselesaikan tidak tepat waktu berdampak pada kepuasan pelanggan, hal ini terjadi pada perusahaan CV. HT Media *Digital Printing*, mengakibatkan kepuasan pelanggan mengalami penurunan karena kualitas pelayanan yang diberikan kurang optimal.

B. Permasalahan

Permasalahan yang ada pada CV. HT Media *Digital Printing* adalah kualitas pelayanan yang kurang optimal karena pesanan yang tidak dapat diselesaikan tepat waktu, ini mengakibatkan menurunnya kepuasan

pelanggan kepada perusahaan yang berimbas pada berkurangnya pelanggan sehingga perusahaan mengalami penurunan penjualan dari tahun 2015 - 2016. Jika hal ini terjadi terus menerus perusahaan akan kehilangan lebih banyak pelanggan.

Tabel 1.1

Data Penurunan Penjualan Selama Dua Tahun

Tahun	Penjualan
2015	Rp. 1.480.120.000
2016	Rp. 1.020.350.000

C. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah : Bagaimana menganalisis kualitas layanan, nilai produk terhadap kepuasan pelanggan CV. HT Media *Digital Printing* ?

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis kualitas pelayanan, nilai produk terhadap kepuasan pelanggan CV. HT Media *Digital Printing*.

E. Kegunaan Penelitian

1. Bagi Penulis

Untuk menambah suatu pengetahuan dan wawasan dari fungsi kualitas layanan, nilai produk terhadap kepuasan.

2. Bagi CV. HT Media *Digital Printing*

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan masukan dan saran bagi suatu perusahaan.

3. Bagi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesuma Negara Blitar

Dapat dijadikan bahan dan referensi untuk melakukan penelitian dengan topik yang sama.