

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Industri adalah bidang yang menggunakan ketrampilan, dan ketekunan kerja (bahasa Inggris: *industrious*) dan penggunaan alat-alat di bidang pengolahan hasil-hasil bumi, dan distribusinya sebagai dasarnya. Maka industri umumnya dikenal sebagai mata rantai selanjutnya dari usaha-usaha mencukupi kebutuhan (ekonomi) yang berhubungan dengan bumi, yaitu sesudah pertanian, perkebunan, dan pertambangan yang berhubungan erat dengan tanah. Kedudukan industri semakin jauh dari tanah, yang merupakan basis ekonomi, budaya, dan politik. (<https://id.wikipedia.org/wiki/Industri>)

Bidang industri dibedakan menjadi dua, yaitu industri barang dan industri jasa. Industri barang merupakan usaha mengolah bahan mentah menjadi barang setengah jadi atau barang jadi. Sedangkan industri jasa merupakan kegiatan ekonomi yang dengan cara memberikan pelayanan jasa. Berikut adalah berbagai industri yang ada di Indonesia ; makanan, minuman, tembakau, tekstil, pakaian jadi, kulit, kayu, barang dari kayu, anyaman, barang dari kertas, penerbitan atau percetakan, batu bara, minyak, gas bumi, barang-barang dari bahan kimia, barang galian bukan logam, barang-barang dari logam, pengolahan data, peralatan komunikasi, kendaraan bermotor, berbagai mesin dan industri pengolahan lainnya

Dan yang harus kita sadari dengan dukungan sumber daya yang melimpah, industri percetakan dan grafika Indonesia telah berkembang cukup pesat dan juga telah memiliki kontribusi yang cukup besar dalam menciptakan stabilitas ekonomi nasional. “Industri percetakan dan grafika memiliki peran penting dalam meningkatkan kehidupan ekonomi, politik, sosial dan budaya serta akan terus tumbuh seiring dengan pertumbuhan ekonomi,” kata Panggah Susanto mewakili dari Menteri Perindustrian Saleh Husin yang diwakili Dirjen Industri Agro dalam acara All Print Indonesia 2015’ ke-18 di Jakarta International Expo Kemayoran, Jakarta. (<http://mediacetak-x.blogspot.co.id/2016/02/industri-percetakan-indonesia-berkembang-pesat.html>)

Berikut ini merupakan tabel dari Produk Domestik Bruto (PDB) triwulanan atas dasar harga konstan 2010 menurut lapangan usaha (miliar rupiah), 2014-2016 dan laju pertumbuhan kumulatif produk domestik bruto menurut lapangan usaha (persen), 2014-2016.

**Tabel 1.1**  
Produk Domestik Bruto (PDB) triwulanan

PDB Lapangan Usaha	PDB Seri 2010 (Milyar Rupiah) dan Laju Pertumbuhan PDB Seri 2010 (Persen)												
	Harga Konstan 2010 dan Laju Pertumbuhan Kumulatif												
	2014					2015					2016		
	Triwulan I	Triwulan II	Triwulan III	Triwulan IV	Tahun	Triwulan I	Triwulan II	Triwulan III	Triwulan IV	Tahun	Triwulan I	Triwulan II	Triwulan III
Industri Kertas dan Barang dari Kertas; Percetakan dan Reproduksi Media Rekaman	17 579	18 278.40	17 745.10	17 067.60	70 670.10	17 510.20	17 657.80	17 919.50	17 501.60	70 589.10	17 270.90	18 571.20	18 508
	0.06	2.67	3.81	3.58	3.58	-0.39	-1.92	-0.96	-0.11	-0.11	-1.37	1.92	2.38

Sumber : Data primer yang diolah BPS 2016

Berdasarkan PDB diatas, triwulanan atas dasar harga konstan 2010 menurut lapangan usaha (miliar rupiah), 2014-2016 dan laju pertumbuhan kumulatif PDB menurut lapangan usaha (persen), 2014-2016. Industri Kertas dan Barang dari Kertas; Percetakan dan Reproduksi Media Rekaman, adanya penurunan pada tahun 2014 hingga 2015 di tahunannya sebesar 81.00 M, hal tersebut bukan berarti tidak memberikan dampak yang signifikan pada PDB, disebabkan dari sektor-sektor yang lain mengalami peningkatan.

Dan berdasarkan data BPS. Pada 2014 nilai ekspor komoditi barang cetakan dan grafika sebesar 201 juta Dollar Amerika Serikat. Saat ini beroperasi 81 unit industri kertas dengan kapasitas terpasang 12,9 juta ton kertas per tahun. Sedangkan produksi kertas nasional mencapai 10,4 juta ton per tahun atau 80,6 persen dari kapasitas terpasangnya. Keuntungan Indonesia memiliki ketersediaan bahan baku kertas yang berlimpah dan banyaknya industri percetakan nasional. Peluang untuk tumbuh dan berkembang di masa mendatang sangatlah besar. Dan saat ini Indonesia adalah negara penghasil pulp dan kertas terbesar kelima di dunia dan ketiga di Asia.

Percetakan adalah sebuah proses industri (baik dilakukan oleh industri berskala kecil maupun besar) untuk memproduksi secara massal tulisan dan gambar, terutama dengan tinta di atas kertas menggunakan sebuah mesin cetak. Percetakan juga merupakan sebuah bagian penting dalam penerbitan dan percetakan transaksi. Di samping itu, percetakan pun tidak hanya fokus pada cetak saja secara kasat mata, tetapi di sana mencakup berbagai teknik dan jenis kegiatan yang dilakukan, seperti desain, penempatan warna yang tepat, pengukuran jenis kertas, dan lain sebagainya. (<http://orsemaproductio.com>)

Percetakan merupakan sebuah proses industri untuk memproduksi massal tulisan dan gambar, terutama dengan tinta di atas kertas menggunakan sebuah mesin cetak. Dia merupakan sebuah bagian penting dalam penerbitan dan percetakan transaksi. Banyak buku dan koran sekarang ini biasanya dicetak menggunakan teknik percetakan offset. Biasanya imaji yang akan dicetak terlebih dahulu dilukiskan ke atas pelat offset dengan bantuan printer laser kemudian pelat ini akan diolah mesin cetak menjadi pola penintaan yang akan ditimpakan ke atas kertas cetak. Warna-warna bisa didapatkan dengan menimpakan beberapa pola warna dari setiap pelat offset sekaligus. (<http://percetakan-n3zta.blogspot.co.id/2010/02/percetakan.html>)

Dalam dunia percetakan banyak banner, kartu undangan, kartu nama, buku, koran, brosur, flyer dan majalah sekarang ini biasanya dicetak menggunakan teknik percetakan offset. Gambar yang akan dicetak diprint di atas film lalu ditransfer ke plat cetak. Warna-warna bisa didapatkan dengan menimpakan beberapa pola warna dari setiap pelat offset sekaligus. Kejelian dalam menentukan warna dan jenis kertas yang digunakan di setiap cetak yang diinginkan, membuat hasil cetakan akan lebih bagus dan maksimal serta profesional. (<http://orsemaproductio.com>)

Setiap perusahaan yang bergerak dibidang apapun pastinya mempunyai harapan mendapatkan keuntungan yang sangat signifikan bagi perusahaannya. Dengan laba ini perusahaan dapat tumbuh dan berkembang dapat menggunakan kemampuan yang lebih besar, dapat memberikan tingkat kepuasan yang lebih besar kepada konsumen serta dapat memperkuat kondisi perekonomian secara

keseluruhan. Dapat pula dikatakan bahwa sebenarnya laba itu sendiri merupakan pencerminan dari usaha-usaha perusahaan yang berhasil memberikan kepuasan kepada konsumen. Untuk memberikan kepuasan tersebut perusahaan dapat menyediakan atau menjual barang dan jasa yang paling baik dengan harga yang layak.

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja/hasil yang dirasakan dengan harapannya. Tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Tingkat kepuasan konsumen terhadap suatu barang akan memberikan cerminan keberhasilan produsen dalam memproduksi suatu barang, sebab apabila suatu produk akan menjadi gagal apabila barang tersebut tidak memberikan kepuasan bagi penggunaannya. Maka produsen dengan kemampuannya, bagaimana konsumen merasa puas dengan barang yang dibeli. Untuk menentukan kelangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang biasanya sangat dipengaruhi oleh tingkat kepuasan konsumen. Karena dengan kepuasan tinggi atau kesenangan yang tinggi menciptakan kelekatan emosional terhadap merek tertentu, bukan hanya kesukaan atau preferensi rasional. Dan akan menghasilkan kesetiaan pelanggan yang tinggi (Kotler, 2002:42). Untuk itu perusahaan harus bersaing dengan perusahaan sejenis dengan menampilkan produk yang berbeda atau lebih spesifik. Bahkan harus mempunyai karakteristik tersendiri yang mampu memuaskan konsumen sasaran.

Dengan adanya persaingan yang terjadi, hal tersebut menuntut para pelaku usaha percetakan baik besar maupun kecil untuk mengeluarkan segala kemampuan yang mereka miliki agar dapat bersaing di pasar. Setiap pelaku usaha di tiap kategori bisnis dituntut untuk memiliki kepekaan terhadap setiap perubahan yang terjadi dan menempatkan orientasi kepada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama (Kotler, 2005). Pelaku usaha dalam memberikan kepuasan kepada konsumen, harus mempelajari terlebih dahulu keinginan dan kebutuhan, konsumen pada saat ini dan yang akan datang.

Dalam menjalankan sebuah usaha, pemilik usaha harus dapat menentukan strategi apa yang harus dipakai agar dapat menciptakan kepuasan dari pelanggan. Karena kepuasan pelanggan akan dapat terbentuk, jika pemasar dapat memberikan promosi yang berkesan pada konsumen, harga terjangkau, memiliki kualitas produk dan juga pelayanan yang berkualitas. Dari keempat tersebut memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan konsumen dengan meminimalkan atau meniadakan pengalaman konsumen yang kurang menyenangkan. Kepuasan konsumen dapat menciptakan kesetiaan dan loyalitas konsumen kepada perusahaan yang memberikan kualitas memuaskan (Tjiptono, 2002: 54).

Banyak faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, salah satunya memberikan kesan menarik perhatian konsumen terhadap barang ataupun jasa yang dimiliki oleh perusahaan. Untuk mengenalkan produk barang maupun jasa tersebut sebuah perusahaan pastinya membutuhkan sebuah strategi-strategi yang terangkum dalam sebuah promosi. Yang mana promosi adalah proses komunikasi suatu perusahaan dengan pihak-pihak yang berkepentingan sekarang dan yang akan datang serta masyarakat (Kotler, 2005). Di sisi lain menurut Tjiptono (2008) promosi penjualan adalah bentuk persuasif langsung melalui penggunaan berbagai insentif yang dapat di atur untuk merangsang pembelian produk dengan segera dan meningkatkan jumlah barang yang dibeli pelanggan. Dari penelitian yang dilakukan oleh Yakin (2010) menyimpulkan bahwa, “kualitas produk, kualitas layanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Indomaret Cabang Sumbersari Jember secara parsial dan secara simultan”.

Faktor lainnya adalah harga, yang mana merupakan satu-satunya unsur dalam berbagai unsur bauran pemasaran tersebut yang akan mendatangkan laba bagi pelaku usaha. Dalam pengertian strategi harga, harga merupakan salah satu unsur yang mempengaruhi kegiatan-kegiatan dalam perusahaan yang berfungsi menciptakan keunggulan kompetitif bagi perusahaan. Namun, hal itu seringkali terbentur pada kebijakan penetapan harga. Penetapan harga oleh perusahaan harus

disesuaikan dengan situasi lingkungan dan perubahan yang terjadi terutama pada saat persaingan yang semakin ketat dan perkembangan permintaan yang terbatas.

Dalam iklim persaingan yang ketat seperti sekarang ini, perusahaan harus memperhatikan faktor harga, karena besar kecilnya harga yang ditetapkan akan sangat mempengaruhi kemampuan perusahaan dalam bersaing dan juga mampu mempengaruhi konsumen untuk membeli produknya. Agar lebih kompetitif di pasar, perusahaan dapat mempertimbangkan harga pesaing sebagai pedoman dalam menentukan harga jual produknya (Tjiptono, 2008). Bahwa “harga, kualitas produk, dan lokasi secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan, adapun harga, kualitas produk dan lokasi berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pada Depot Mie Pangsit Jember”. (Irianti, 2016)

Konsumen selalu ingin mendapatkan produk yang berkualitas sesuai dengan harga yang dibayarkan, walaupun terdapat sebagian masyarakat yang berpendapat bahwa produk yang mahal adalah produk yang berkualitas. Kotler dan Armstrong (2008) menyatakan bahwa “Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsi-fungsinya yang meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan, operasi dan perbaikan serta atribut lainnya”. Bila suatu produk telah dapat menjalankan fungsi-fungsinya dapat dikatakan sebagai produk yang memiliki kualitas yang baik. Dan penelitian yang dilakukan oleh Permatasari (2012) berdasarkan hasil penelitiannya disimpulkan bahwa, “terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas produk, harga, promosi, lokasi dan kualitas pelayanan penjualan terhadap kepuasan konsumen secara simultan”.

Berikutnya yaitu kualitas layanan yang tidak kalah pentingnya dalam memberikan pengaruh terhadap konsumen. Kualitas layanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expected service*). Dampak positif dari pelayanan yang baik akan meningkatkan kepuasan dan kesetiaan pelanggan serta keinginan untuk melakukan pembelian kembali (*re-buying*), yang tentunya akan meningkatkan pendapatan yang diterima dari produk yang telah terjual. Agar dapat bersaing, bertahan hidup, dan berkembang, maka perusahaan

dituntut untuk mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan memberikan pelayanan yang terbaik dan berkualitas, maka dengan begitu pelanggan akan merasa mendapat kepuasan tersendiri dan merasa dihargai sehingga mereka senang dan bersedia untuk menjadi pelanggan tetap (Kotler, 2005). Qomariah, (2012) menyimpulkan bahwa, “kualitas layanan yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah di Jawa Timur belum mampu meningkatkan kepuasan mahasiswa sedangkan citra institusi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa”. Tak lepas dari hal tersebut sebuah perusahaan tetap mempertahankan pelayanan yang maksimal agar konsumen yang ada merasa puas dan dapat memberikan dampak yang positif bagi perusahaan, yaitu ingin memesan ataupun membeli kembali di perusahaan tersebut.

Dari beberapa variabel yang ada, sebuah perusahaan dapat mempertimbangkan unsur-unsur seperti promosi, harga, kualitas produk, kualitas layanan dapat memberikan kepuasan pada konsumen Percetakan Soerabaja'45 . Percetakan Soerabaja'45 merupakan percetakan pertamakali dengan sistem modern syari'ah di Indonesia yang tepatnya berada di tengah-tengah kota Jember dekat kawasan perkuliahan mahasiswa. Tepatnya di Jl. Jawa No. 12A, Sumpersari Jember. Dengan nama perusahaan CV. Soerabaja45 Indovista yang kini memiliki 4 Divisi antara lain; percetakan offset, digital offset, digital printing, dan creative garment yang mana semuanya telah mampu dikembangkan menjadi perusahaan-perusahaan yang terpisah.

Soerabaja'45 yang berdiri sejak 14 Desember 2002, disaat pendiri menempuh kuliah semester 1 di Universitas Jember. Setelah 5 tahun berjalan sembari pendiri sambil kuliah, tepatnya tahun 2007 Soerabaja'45 mulai melakukan ekspansi menuju lokasi yang strategis dipinggir jalan besar dengan merekrut teman-teman terdekat sang pendiri. Dan hingga kini berkat kerja keras dan sistem yang telah dibangun telah memiliki 18 karyawan.

Memiliki komitmen untuk menerapkan nilai-nilai Islami adalah “Nilai Lebih” dari percetakan Soerabaja'45. Menjalankan sholat wajib berjama'ah sebagai budaya perusahaan, menolak KKN, dan perbuatan curang lainnya. Hingga Soerabaja'45 tidak melibatkan Bank manapun dalam persoalan permodalan

adalah implementasi yang telah diterapkan Soerabaja'45 yang terus terjaga konsistensinya hingga saat ini. Dari keseluruhan aktifitas yang dijalankan oleh percetakan Soerabaja'45 mulai dari promosi kepada konsumen, penetapan harga, kualitas produk hingga pelayanan terhadap konsumen seluruhnya butuh diteliti lebih mendalam tentang apakah ada pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Rumusan permasalahan yang hendak diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Soerabaja'45 ?
2. Apakah harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Soerabaja'45?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Soerabaja'45?
4. Apakah kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Soerabaja'45?
5. Dari keempat variabel diatas, manakah variabel yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian konsumen Soerabaja'45?

## **1.3 Tujuan Penelitian Dan Manfaat Penelitian**

### **1.3.1. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh :

1. Promosi, harga, kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada percetakan Soerabaya'45
2. Promosi terhadap kepuasan konsumen pada percetakan Soerabaya'45
3. Harga terhadap kepuasan konsumen pada percetakan Soerabaya'45
4. Kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada percetakan Soerabaya'45
5. Kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada percetakan Soerabaya'45



### **1.3.2. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Sebagai bahan masukan dan informasi bagi pihak Soerabaya'45 mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggannya seperti kualitas pelayanan, harga, dan promosi guna mampu memenuhi kriteria kepuasan konsumen, sehingga dapat menentukan langkah-langkah selanjutnya yang diambil dalam mengukur kebijaksanaan dimasa yang akan datang.
2. Sebagai bahan kajian ilmiah dari teori yang pernah didapat untuk bisa diimplementasikan secara empiris di lapangan.
3. Memberikan kontribusi dalam bidang ilmu manajemen, khususnya dibidang marketing dan memberikan tambahan informasi kepada peneliti di bidang manajemen pemasaran serta sebagai pijakan untuk penelitian selanjutnya terutama penelitian tentang kepuasan pelanggan (*Customer Satisfaction*).
4. Sebagai bahan masukan atau tambahan pengetahuan bagi rekan-rekan mahasiswa serta masyarakat umum mengenai kepuasan konsumen.