

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bisnis percetakan di Indonesia kini semakin berkembang dengan pesat di setiap tahunnya mengalami pertumbuhan yang sangat pesat, dunia percetakan sendiri memiliki dua sub bidang yang berbeda dimana ada yang fokus di bidang offset printing dan di bidang digital printing. Persaingan bisnis yang meningkat dan mengglobal selama setahun terakhir ini, menjadikan para pelaku industri percetakan lebih fokus terhadap manajemen rantai pasok di dalam mensupply bahan baku kertas terutama produk continuousform, kualitas kertas ncr benar-benar diperhatikan tembusannya. Jika bahan baku kertas memiliki kualitas yang baik maka dapat menghasilkan kualitas produk yang baik pula. Suatu bisnis memiliki potensi terus berkembang dan menerapkan solusi yang lebih efektif untuk tantangan lingkungan bisnis dengan membina relasi yang luas pada para pemasok dan para pelanggan. Membangun hubungan yang baik dengan para pemasok akan berjalan lancar apabila terdapat trust (kepercayaan) pada saat transaksi berlangsung. Begitu juga menjalin hubungan dengan para pelanggan, hal yang benar-benar diperhatikan yakni adalah kualitas dari produk output yang dihasilkan.

Jawa Tengah khususnya Kota Semarang usaha percetakan jumlahnya semakin banyak dan berkembang, sehingga yang terjadi adalah persaingan sangat ketat, menjadikan bisnis kurang sehat seperti saling merebut pelanggan dengan cara memberi harga di bawah standart pasar, menjual dengan isi yang lebih sedikit agar

lebih murah. Hal tersebut merupakan beberapa trik yang digunakan untuk memperlancar di dalam menjual produk ke pelanggan. Sehingga, penting bagi perusahaan untuk terus mempertahankan pelanggan yang berpotensi dengan memberikan cara pelayanan spesial seperti yang dilakukan Percetakan Jadi Jaya Group memberikan garansi untuk produk kertas continuousform, pelayanan after sales ini menjadi daya tarik tersendiri yang membuat Percetakan Jadi Jaya Group semakin dikenal karena hanya sedikit percetakan yang menerapkan hal tersebut. Perusahaan harus memperhatikan service quality, product quality yang dimiliki, hal ini dikarenakan service quality memiliki pengaruh terhadap berbagai variabel dalam bisnis yang dapat menentukan apakah suatu bisnis dapat berjalan dengan baik dan lancar (Reza, 2010). Kualitas produk dan biaya produk, sebagai faktor dominan kepuasan pelanggan dan kesetiaan, adalah aspek penting dalam teori manajemen dan praktik (Bresnahan, 2010). Percetakan Jadi Jaya Group memiliki komitmen untuk selalu mengutamakan kualitas produk yang dihasilkan, dengan kompetensi salesman yang handal dalam memasarkan produk sehingga image perusahaan mulai banyak dikenal oleh masyarakat diseluruh Indonesia, disertai pelayanan yang baik dan memuaskan sehingga menimbulkan loyalitas pelanggan. Kualitas memiliki banyak manfaat yang sangat penting yaitu (1) Pelanggan yang loyal semakin banyak (2) Market yang lebih luas (3) Nominal harga saham semakin meningkat (4) Produk atau jasa memiliki harga jual yang semakin tinggi (5) Kemampuan untuk menghasilkan sesuatu yang lebih besar (Sangadji dan Sopiha, 2013:116). Tingkat frekuensi order pada Percetakan Jadi Jaya Group berbeda-beda sesuai tipe produk yang pesan, seperti cetakan continuousform (kertas computer

meliputi sppt, stts, rekening koran bank, slip gaji dan lain-lain), brosur, amplop bilyet, berbagai macam souvenir, berbagai packaging box kardus, dan cetakan offset lainnya. Secara umum, proses produksi pada Percetakan Jadi Jaya Group antara suatu jenis barang dapat berbeda satu dengan lainnya, hal ini dikarenakan spesifikasi suatu produk yang di pesan berbeda dengan produk lain nya, sehingga menggunakan cara produksi, tahapan-tahapan, dan waktu yang berbeda.

Trend negatif yang terjadi selama 1 tahun terakhir ini menjadi hambatan yang mana menimbulkan banyak keluhan akan keterlambatan waktu saat pengiriman barang.

Table 1.1

Data Keluhan Percetakan Jadi Jaya Group selama Maret – Desember 2017

Jenis Pelanggan	Jenis Keluhan	Frekuensi Keluhan
Instansi Pemerintah	Keterlambatan Waktu	15 %
Percetakan Grosir	Keterlambatan Waktu	20 %
Toko	Keterlambatan Waktu	20 %
Rekanan	Keterlambatan Waktu	15 %

Sumber : Percetakan Jadi Jaya Group 2017

Dari table 1.1 dapat dilihat bahwa banyak nya keluhan akan keterlambatan waktu pada saat penyerahan barang. Hal ini terjadi karena adanya beberapa faktor yang sangat mempengaruhi seperti bahan baku kertas roll, ekspedisi pengiriman dan lain-lain. Pada masa saat ini perekonomian lesu, persebaran perekonomian tidak merata karena pemerintah sedang fokus hanya pada pembangunan yang dilakukan secara terus menerus dan membatasi segala aspek ekspor import yang

mana hal tersebut sebenarnya merugikan banyak pihak di dalam mencari pemasok bahan baku. Maka dari itu hubungan relasi dan kemampuan negosiasi menjadi hal terpenting yang bisa diandalkan saat ini agar bisnis tetap berjalan sehingga nama Percetakan Jadi Jaya Group tetap eksis di dalam menjual berbagai macam cetakan offset dan produk kertas continuousform. Terdapat beberapa tingkatan siklus produk, yang mana meliputi proprietary, kemampuan bersaing dan stage image. Proprietary dapat diartikan sebagai kemampuan sebuah merek untuk menunjukkan suatu keunikan yang dapat menjadi daya tarik pada suatu produk di pasar. *Competitive* memiliki arti bahwa suatu produk yang memiliki merek mampu menciptakan keunggulan bersaing yang dapat mendorong kompetitor di dalam melakukan strategi untuk mengembangkan suatu produk agar dapat selalu eksis dimarket nya. sedangkan stage image merupakan merek suatu produk dapat menjadi tolak ukur di dalam membedakan suatu produk dengan produk lainnya di pemikiran nasabah dalam memutuskan purchasing dibandingkan dengan produk kompetitor lainnya (Lee, 2012).

Berdasarkan kejadian dari latar belakang penelitian diatas dan data-data penelitian yang telah di jabarkan, makadari itu pada peneelitian ini kami mencoba menelaah lebih jauh untuk mengetahui sekaligus menganalisis faktor apa saja yang menjadi pengaruh dari kualitas produk, kualitas layanan dan kemampuan menjual terhadap loyalitas pelanggan cetakan continuousform melalui kepuasan pelanggan, (studi pada percetakan Jadi Jaya Group, semarang).

Table 1.2**Research Gap**

No	Penulis	Permasalahan Hubungan antar variabel	Riset Gap	Metode Penelitian	Temuan
1	Khoirulloh, Andi dan Heru (2017)	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pembeli sebagai variabel intervening	Signifikan Negatif	Kuantitatif dan Survei	1. Kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pembeli 2. Loyalitas pelanggan tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pembeli
2	Dyah Ayu Dwi Kusumawati (2015)	Pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan	Signifikan positif	kuantitatif	1. Adanya pengaruh signifikan kepuasan konsumen terhadap kualitas produk 2. Ada pengaruh signifikan kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan 3. Ada pengaruh signifikan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan
3	Melysa Elisabeh Pongoh (2013)	Kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan kartu As telkomsel di kota manado	Signifikan Negatif	Kuantitatif	1. Kualitas pelayanan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan 2. Kualitas produk berpengaruh positif, namun tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan

Sumber : Dikembangkan untuk penelitian ini (2018)

1.2 Rumusan Masalah

Pada penelitian ini terdapat rumusuan masalah yang telah dirumuskan yaitu berdasarkan atas beberapa fenomena gap dan research gap yang ada pada penelitian sebelumnya, maka dari itu masalah yang ada di dalam penelitian ini yaitu banyak nya keluhan yang di terima dari para pelanggan yang mana bisa berakibat pada penurunan loyalitas pelanggan pada Percetakan Jadi Jaya Group. Pada penelitin ini telah di dukung dengan adanya research gap yang mana juga telah menunjukkan hasil perbedaan penelitian terdahulu antara penelitian satu dengan penelitian lainnya mengenai variabel yang sama yaitu kualitas produk, kualitas layanan, loyalitas pelanggan. Maka dari itu masalah penelitian ini yang akan di jabarkan atau di kaji lebih dalam pada penelitian ini dapat dirumuskan dengan beberapa pertanyaan sebagai berikut :

1. Apakah pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada percetakan Jadi Jaya Grou ?
2. Apakah pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada percetakan Jadi Jaya Group?
3. Apakah pengaruh kemampuan menjual terhadap kepuasan pelanggan pada percetakan Jadi Jaya Group?
4. Apakah pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada percetakan Jadi Jaya Group ?
5. Apakah pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada percetakan Jadi Jaya Group ?

6. Apakah pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan pada percetakan Jadi Jaya Group ?
7. Apakah pengaruh kemampuan menjual terhadap loyalitas pelanggan pada percetakan Jadi Jaya Group ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun penelitian ini memiliki beberapa maksud ataupun beberapa tujuan yang mana digunakan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan yang telah di rumuskan pada bagian rumusan masalah. Tujuan penelitian yang diajukan pada penelitian ini ada 7 tujuan penelitian :

1. Menganalisis apa saja pengaruh - pengaruh dari variabel kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada percetakan Jadi Jaya Group.
2. Menganalisis apa saja pengaruh - pengaruh dari variabel kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada percetakan Jadi Jaya Group
3. Menganalisis apa saja pengaruh - pengaruh kemampuan menjual terhadap kepuasan pelanggan pada percetakan Jadi Jaya Group
4. Menganalisis apa saja pengaruh - pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada percetakan Jadi Jaya Group
5. Menganalisis apa saja pengaruh - pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada percetakan Jadi Jaya Group
6. Menganalisis apa saja pengaruh – pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelangga pada percetakan Jadi Jaya Group

7. Menganalisis apa saja pengaruh – pengaruh kemampuan menjual terhadap loyalitas pelanggan pada percetakan Jadi Jaya Group

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah dapat digunakan untuk memperbanyak wawasan dan pengalaman peneliti dengan mengerti lebih jauh mengenai variable dan indicator yang memiliki pengaruh pada loyalitas pelanggan. Untuk memperluas pengetahuan yang terkait dengan konsentrasi bisnis terutama marketing, terlebih yang focus dengan loyalitas pelanggan pada produk ataupun merek, baik untuk mahasiswa yang memerlukan pedoman materi untuk penelitian karya ilmiah yang serupa dan untuk information di dalam meningkatkan cash flow melalui penjualan.