

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam dunia bisnis dimasa sekarang ini, akan dapat dirasakan bahwa semakin bergerak ke arah perkembangan dan kemajuan yang pesat melewati batas ruang, gerak, dan waktu. Dilain pihak, gelombang globalisasi semakin tak terbendung, sehingga menyebabkan manusia berlomba-lomba untuk bersaing dalam berbagai bidang, terutama dalam dunia bisnis. Paduan dari kedua hal tersebut adalah adanya usaha-usaha manusia untuk bersaing dan saling mempengaruhi dalam berbagai bidang sesuai dengan perkembangan dan kemajuan globalisasi. Oleh karena itu, manusia berusaha dan terus mencoba untuk menciptakan sesuatu yang mampu bersaing.

Seperti halnya usaha fotocopy. Sebelum adanya mesin fotocopy jika ingin mencetak atau menggandakan file atau dokumen ataupun catatan mereka akan mencetaknya secara manual dengan kelipatan yang mereka inginkan. Dan dengan adanya mesin Fotocopy ini maka pekerjaan akan semakin mudah dalam menggandakan suatu dokumen atau catatan. Mereka akan mencetaknya sebanyak satu rangkap dan tinggal memfotocopy sesuai dengan jumlah yang di inginkan. Mesin fotocopy akan terus dikembangkan teknologinya yang semakin canggih. Yaitu dari yang dulu dengan hasil mesin fotocopy hitam putih saja (B/W) sekarang dapat memfotocopy warna seperti aslinya. Selain itu untuk kecepatan operasinya juga akan dikembangkan terus

menerus yang semakin cepat dalam mencetak atau menggandakan sebuah dokumen. Usaha fotocopy sangat di butuhkan oleh murid dan perkantoran untuk kepentingan dan tugasnya. Oleh karena itu usaha jasa fotocopy ini sangat cocok didirikan di dekat sekolah atau perkantoran.

Usaha fotocopy pada umumnya didirikan pada area dekat dengan sekolah, koperasi, dan perkantoran ataupun pada perguruan tinggi. ini merupakan salah satu strategi yang di gunakan untuk menjaring pelanggannya karena kebanyakan konsumen mencari yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhannya. Sebagai konsumen pastinya menginginkan barang yang berkualitas, murah dan mudah untuk mendapatkannya, hal tersebut akan berpengaruh pada keputusan pembelian.

Kepuasan pelanggan merupakan suatu hal yang penting bagi suatu bisnis atau usaha, kepuasan yang dirasakan pelanggan dapat meningkatkan intensitas membeli dari pelanggan. Berdasarkan hal itu suatu bisnis harus memperhatikan faktor- faktor apa saja yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, dengan adanya pelanggan yang merasa puas atas pelayanan yang diberikan hal itu akan berdampak pada loyalitas pelanggan dan dapat memperkuat citra usaha. (Lesmana, 2019) pelanggan yang puas dapat menjadikan hubungan antara perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan dan membentuk rekomendasi positif dari mulut ke mulut yang sangat menguntungkan bagi perusahaan. Apabila tuntutan ini tidak terpenuhi maka bisnis ini tidak akan dapat

bertahan hidup. Dalam kondisi ini hanya usaha fotocopy yang memiliki daya saing tangguh yang akan mampu bertahan hidup dan berkembang.

Kepuasan pelanggan menurut (Lesmana, 2019) merupakan evaluasi purnabeli dimana sekurang-kurangnya memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan pelanggan. Sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan. Faktor-faktor yang dapat mendorong kepuasan konsumen di antaranya yaitu kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, faktor emosional, biaya, dan kemudahan (Savitri & Anggela, 2020).

Faktor utama keputusan pelanggan pada Fotocopy 66 ini adalah kualitas pelayanan. Menurut Kotler dan Keller kualitas adalah jaminan terbaik atas loyalitas pelanggan, pertahanan terkuat perusahaan dalam persaingan dan mempertahankan pertumbuhan dan penghasilan, adalah faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam meningkatkan kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan. Jika kualitas pelayanan yang dilakukan tinggi maka, semakin tinggi juga tingkat keputusan pembelian konsumen. Pelayanan dapat di definisikan sebagai suatu yang tidak tampak namun dapat di rasakan. Tingkat kemampuan pelayanan fotocopy dapat memberikan segala suatu yang di harapkan oleh konsumen. Menurut Tjiptono pelayanan merupakan suatu upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen dan penyampaiannya agar harapan dan kepuasan konsumen terpenuhi. Pelayanan yang baik yaitu ketepatan waktu pelayanan, termasuk waktu transaksi atau pembayaran. Akurasi, meminimalkan kesalahan dalam melayani pelanggan baik itu pelayanan atau transaksi. Sopan dan

ramah ketika bertatap muka dengan pelanggan. Kenyamanan konsumen, termasuk kebersihan, tempat parkir, ruang tunggu, dll. Seperti yang di lakukan oleh toko Fotocopy 66 ini, berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada pelanggan yang menyebutkan bahwa pelayanan yang di lakukan kepada pelanggan termasuk yang baik, sopan, ramah, nyaman, dan tidak pernah salah dalam melayanani pelanggan, serta tepat waktu dalam pelayanan. Pelayanan yang dilakukan oleh toko Fotocopy 66 ini tergolong baik dari pada yang lain namun menurutnya masih banyak pelanggan yang membeli di tempat lain.

Selain kualitas pelayanan terdapat kualitas produk. Kualitas produk salah satu faktor penentu keberhasilan bisnis adalah melihat pada kualitas produknya. Kualitas produk ini berasal dari persepsi setiap pelanggan mengenai pembelian pada produk. Kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsi fungsinya. Suatu produk dikatakan berkualitas apabila produk itu dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan. Berbagai usaha dilakukan dalam suatu usaha seperti pengontrolan dalam suatu proses produksi guna memperoleh kualitas produk yang baik. Kualitas produk yang baik dan harga yang terjangkau akan menjadi pertimbangan tersendiri bagi pelanggan untuk melakukan pembelian. Berdasarkan penjelasan diatas maka dapat diketahui bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan merupakan elemen penting bagi toko Fotocopy 66. Dalam usaha jasa Fotocopy ini kualitas produk yang diberikan kepada konsumen adalah fotocopy, print (print laser, dan print inject), penjilidan (jilid mika, jilid lakban, jilid buku, jilid soft cover, dan jilid

skripsi) dan lain sebagainya. Kualitas produk juga berperan dalam menentukan keputusan pembelian

Kepuasan pelanggan ditentukan oleh kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, sehingga kualitas pelayanan merupakan suatu keunggulan untuk bersaing. Upaya yang dilakukan perusahaan untuk mencapai kepuasan pelanggan dengan menjaga mutu atau kualitas produknya. Untuk memenuhi kepuasan konsumen merupakan kewajiban perusahaan, selain sebagai faktor keberlangsungan perusahaan, memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan kelebihan dalam bersaing bagi perusahaan. Hal tersebut menunjukkan bahwa kepuasaan adalah faktor kunci perusahaan dalam menghasilkan produk yang memiliki kualitas. Berikut terdapat pra – survey mengenai kepuasan pelanggan di photocopy 66 Bumi Sani Bekasi Timur:

Tabel 1. 1 Pra Survey Kepuasan Pelanggan

No	Pertanyaan	Ya	%	Tidak	%	Total
1	Apakah produk photocopy 66 terlihat bagus dan nyaman ketika digunakan?	19	95%	1	5%	20
2	Apakah produk photocopy 66 yang dijual tidak cepat rusak?	17	85%	3	15%	20
3	Apakah karyawan photocopy 66 sangat sigap menangani kebutuhan atau kesulitan pelanggan?	14	70%	6	30%	20
4	Apakah karyawan photocopy 66 ramah dalam berkomunikasi?	18	90%	2	10%	20

No	Pertanyaan	Ya	%	Tidak	%	Total
5	Apakah harga produk photocopy 66 relatif mahal?	12	60%	8	40%	20
6	Apakah harga produk photocopy 66 sesuai dengan kualitas produk yang diberikan?	19	95%	1	5%	20
7	Apakah puas dan senang setelah berbelanja di photocopy 66 ?	15	75%	5	25%	20
8	Apakah sudah memenuhi harapan saat berbelanja di photocopy 66?	16	80%	4	20%	20

Berdasarkan tabel pra – survey diatas, objek dalam penelitian ini adalah Fotocopy 66. Masalah yang terjadi di Fotocopy 66 adalah pada kualitas pelayanan yang kurang sigap dalam menangani kebutuhan atau kesulitan pelanggan. Harga pada produk photocopy 66 harga yang tidak sesuai dengan kualitas yang diberikan, sehingga hal itu belum dapat memenuhi harapan saat berbelanja di photocopy 66, karena banyak pelanggan merasa tidak puas. Didukung oleh penelitian (Gema, 2018) yang menyatakan bahwa masalah yang ada pada kepuasan pelanggan disebabkan karena kualitas pelayanan yang buruk dan kualitas produk yang tidak sesuai harga yang relatif mahal.

Selain itu, menurut (Indarwati & Untarini, 2018) salah satu penyebab ketidakpuasan pelanggan merupakan bukti penurunan penjualan.

Tabel 1. 2 Data Penjualan Tahun 2023

Bulan	Penjualan	Target Perbulan
Januari	Rp 20.300.000	Rp 20.000.000
Februari	Rp 18.320.000	Rp 20.000.000
Maret	Rp 19.250.000	Rp 20.000.000
April	Rp 21.340.000	Rp 20.000.000
Mei	Rp 20.560.000	Rp 20.000.000
Juni	Rp 20.240.000	Rp 20.000.000
Juli	Rp 19.258.000	Rp 20.000.000
Agustus	Rp 19.020.000	Rp 20.000.000
September	Rp 20.245.000	Rp 20.000.000
Oktober	Rp 19.320.000	Rp 20.000.000
Novermber	Rp 18.758.000	Rp 20.000.000
Desember	Rp 18.473.000	Rp 20.000.000

Sumber : Fotocopy 66 Bumi Sani

Tabel 1. 3 Data Penjualan Tahun 2024

Bulan	Penjualan	Target Perbulan
Januari	Rp 19.933.000	Rp 22.000.000
Februari	Rp 22.569.000	Rp 22.000.000
Maret	Rp 18.780.000	Rp 22.000.000

Sumber : Fotocopy 66 Bumi Sani

Berdasarkan data tabel 1 dan 2 penjualan fotocopy pada tahun 2023 dan tahun 2024, mengalami penurunan pada penjualan dan naik turunnya pencapaian target tiap bulannya karena terbatasnya persediaan barang, berubahnya selera konsumen dan munculnya para pesaing. Dengan melihat kondisi ini pihak usaha fotocopy harus melakukan sebuah perubahan dengan menghadirkan inovasi baru untuk bisa memenuhi keinginan dari pelanggan.

Selain itu harga juga merupakan faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, harga merupakan faktor penting dalam penjualan. Pada umumnya dalam bisnis peranan harga sangat erat kaitannya dengan produk. Ketika memilih diantara merek yang ada, konsumen akan mengevaluasi harga secara absolut tetapi dengan membandingkan beberapa standar harga sebagai referensi untuk melakukan pembelian. Harga merupakan satu-satunya elemen pada *marketing mix* yang menghasilkan pendapatan, elemen yang lain justru mengeluarkan biaya. Harga merupakan faktor yang sensitif

sekali, lebih-lebih bagi segmen *believers* yang lebih mempertimbangkan faktor harga dibandingkan dengan faktor kualitas.

Dari hasil wawancara dengan salah satu pelanggan ia mengatakan bahwa untuk masalah harga memang relative sama dengan photocopy yang lain, pelayanan yang dilakukan juga ramah, sopan dan tepat (tidak salah). Berdasarkan yang peneliti lihat di lapangan memang benar, namun masih terdapat pelanggan yang lebih memilih melakukan pembelian di tempat lain.

Persaingan pasar usaha Fotocopy 66 ini sangat kuat karena adanya beberapa masyarakat yang membuka usaha photocopy, maka terdapat permasalahan yang pertama pada penetapan harga dapat mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu harga pada suatu produk penggandaan jasa photocopy menjadi sebuah ukuran seseorang untuk membeli sebuah produk. Namun kenyataannya harga juga menjadi sebuah tolak ukur untuk menentukan berapa nilai produk tersebut, namun akhir-akhir ini harga produk sering berubah-ubah dikarenakan distributor memberi harga yang juga berubah menjadikan penjual memberikan harga kepada konsumen juga naik turun tidak harga stabil. Selain itu permasalahan yang kedua pada kurangnya kualitas pelayanan terhadap konsumen adalah urutan yang tidak sesuai, dan sistem jam kerja yang tidak sesuai menjadikan konsumen merasa sedih dan kepuasan konsumen mengalami penurunan.

Untuk dapat merebut pasar dalam persaingan yang ketat dengan tempat photocopy yang lain, maka photocopy 66 ini harus mampu menyusun strategi kegiatan usaha

dengan tepat, lengkap, dan harga bersaing Persaingan yang ketat diantara pengusaha photocopy menuntut pengusaha memiliki pemasaran yang baik untuk dapat bertahan. Banyaknya jumlah pengusaha photocopy membuat harga pun semakin ketat, hal itu jelas berpengaruh terhadap pendapatan para pengusaha. Untuk menghadapi persaingan yang semakin meningkat tersebut, bisnis usaha photocopy perlu membuat, menyusun, dan menetapkan pemasaran yang tepat dengan tujuan untuk memenangkan persaingan, dan melanjutkan kegiatan usaha atau bisnis tersebut. Salah satu pemasaran yang dapat memenangkan persaingan adalah dengan menyediakan dan menetapkan produk dan harga yang dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan segmen pasar dan target pasar yang dituju dan pelayanan yang diberikan harus maksimal, sehingga pengusaha photocopy dapat menarik konsumen dan bahkan dapat meningkatkan jumlah pelanggan.

Lokasi juga berperan penting dalam menentukan keputusan pembelian oleh konsumen, lokasi yang strategis dan dekat dengan jalan raya, dekat dengan pusat keramaian (Perguruan Tinggi, Perkantoran dan lain-lain) selain itu lokasi ditentukan atas dasar sumber atau bahan utama dari produk tersebut. Karena menyangkut akan berjalan tidaknya suatu bisnis. Seperti halnya Fotocopy 66 ini pendirian usaha ini di jalan Bumi Sani No 22 Desa Setia Mekar Bekasi Timur. Pendirian usaha ini baik dari segi lokasi karena dekat dengan sekolah SMPN 6 dan SMPN 8. Tempat ini di rasa sangat strategis dan efektif karena banyaknya murid yang berlalu lalang di jalan Bumi Sani.

Berdasarkan uraian di atas bahwa lokasi yang di pilih oleh Fotocopy 66 ini sangat strategis, namun masih banyak pelanggan yang memilih di tepat lain, walaupun Fotocopy 66 sudah berupaya memberikan tempat parkir yang telah di sediakan di sebelah toko Fotocopy jika tempat parkir yang berada di depan toko kurang luas.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apa yang sebenarnya yang diinginkan atau diharapkan oleh pelanggan dan apa yang selama ini dipersepsikan oleh pelanggan atas harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diterimanya, yang menjadi pokok permasalahan dan pembahasan dalam mengukur keterjangkauan harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan yang ada di Fotocopy 66 tersebut. Baik buruknya harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan akan tergantung pada kemampuan Fotocopy 66 tersebut untuk memenuhi harapan pelanggannya.

Berdasarkan latar belakang diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Usaha Fotocopy 66 di Bumi Sani Bekasi Timur.**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan identifikasi masalah yang telah diuraikan di atas, maka peneliti merumuskan permasalahan sebagai berikut.

1. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Usaha Fotocopy 66 di Bumi Sani?

2. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Usaha Fotocopy 66 di Bumi Sani?
3. Apakah Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Usaha Fotocopy 66 di Bumi Sani?
4. Apakah Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga sama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Usaha Fotocopy 66 di Bumi Sani?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Usaha Fotocopy 66 di Bumi Sani.
2. Untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Usaha Fotocopy 66 di Bumi Sani.
3. Untuk mengetahui Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Usaha Fotocopy 66 di Bumi Sani.
4. Untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Usaha Fotocopy 66 di Bumi Sani?

1.4 Manfaat Penelitian

Dari hasil yang diperoleh diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang berhubungan dengan penelitian antara lain :

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu manajemen pemasaran dan dapat memberikan manfaat sebagai tambahan literatur tentang pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan pelanggan dan sebagai referensi agenda penelitian mendatang bagi pihak-pihak lain yang ingin melakukan penelitian dengan lanjut.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi peneliti

Dari penelitian ini diharapkan akan menambah ilmu pengetahuan dan penerapannya kedalam dunia praktik manajemen pemasaran khususnya tentang Kualitas Produk, Kualitas Pelayan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan di Fotocopy 66.

b. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan berguna untuk menambah wawasan pembaca dan ilmu pengetahuan terutama bidang pemasaran.

c. Bagi Universitas

Memberikan beberapa informasi kepada pihak lain untuk melakukan penelitian lebih lanjut dan dapat menambah kepustakaan sebagai informasi bahan perbandingan bagi peneliti lain.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pemahaman dalam penulisan ini, penulis membagi kedalam lima bab, yang mana dalam setiap babnya terfokus pada suatu permasalahan. Adapun pokok-pokok yang dibahas pada setiap bab nya, yaitu :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini peneliti menguraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan peneliti, manfaat peneliti, serta sistematika penulisan

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada Bab ini menjelaskan tentang tinjauan pustaka sesuai teori teori, landasan dan kajian yang digunakan sebagai dasar analisis, tinjauan penelitian terdahulu, dan kerangka pemikiran.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Pada Bab ini menjelaskan mengenai desain penelitian, populasi dan sampel, model konseptual, jenis dan sumber data, definisi operasional

variabel dan skala pengukuran, metode analisis data, dan pengujian hipotesis.

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisikan tentang hasil analisis data dan pembahasan hasil penelitian. Hasil analisis data merupakan penjelasan dari hasil data yang telah diteliti dari penelitian ini.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini berisikan mengenai tentang kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian yang dilakukan dan, Kesimpulan merupakan rangkuman dari hasil analisis dalam penelitian ini.

