

**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN ATAS KUALITAS JASA
PADA PERUSAHAAN DIGITAL PRINTING SMART TO
PRINT DI SURAKARTA**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun Oleh :

SYAIFUDDIN RACHMAT TAUFIQI
B 100 060 001

**FAKULTAS EKONOMI JURUSAN MANAJEMEN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2010

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Era globalisasi telah membawa banyak perubahan terutama dalam lingkungan bisnis. Permasalahan yang dihadapi perusahaan tidak hanya bagaimana perusahaan tersebut memproduksi dan memasarkan produknya saja, akan tetapi yang tak kalah penting adalah bagaimana suatu perusahaan dapat bertahan atau bahkan dapat unggul dalam persaingan. Hal lain yang perlu dicermati oleh perusahaan adalah paradigma perusahaan tentang konsumen. Saat ini konsumen menjadi lebih *smart*, semakin *full informed* dan akhirnya hal ini menjadikan konsumen menjadi semakin *empowered* (Munadi, Majalah Manajemen, September 2001). Konsumen menjadi semakin menuntut dan merekalah yang menentukan akan kualitas dan kuantitas dari barang dan jasa yang mereka butuhkan.

Seiring dengan berjalannya waktu, paradigma dalam menjalankan kegiatan bisnis perusahaan juga telah mengalami perkembangan. Di tahun 1970-an dan 1980-an konsep perencanaan strategis serta kecemerlangan dan mutu menjadi fokus dalam menjalankan kegiatan bisnis perusahaan. Sampai akhirnya disadari pentingnya konsep yang lebih menekankan pada perusahaan yang berwawasan dan mementingkan pelanggan (*customer oriented and driven*). Konsep ini menempatkan pelanggan pada posisi yang semakin penting bagi perusahaan. Dalam hal ini konsumen dapat menjadi kunci bagi

kesuksesan perusahaan. Suatu kegiatan bisnis tidak cukup hanya dipacu oleh produk atau teknologi saja. Banyak perusahaan yang merancang produk tanpa masukan dari pelanggan pada akhirnya produk tersebut ditolak di pasar. Pada kondisi persaingan yang semakin tinggi seperti sekarang ini hanya perusahaan yang berwawasan dan mementingkan pelanggan saja yang akan mampu bertahan dan unggul. Hal ini dikarenakan perusahaan tersebut mampu memberikan nilai yang lebih baik kepada konsumen daripada pesaing mereka.

Bagi suatu perusahaan yang berorientasi pelanggan, perusahaan tersebut akan selalu mengamati harapan pelanggan, kinerja perusahaan yang dirasakan pelanggan serta kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan adalah konsep bisnis yang fundamental dan sederhana. Akan tetapi, implementasinya sangat kompleks. Inilah salah satu faktor yang menyebabkan hanya sedikit perusahaan di Indonesia yang mempunyai komitmen panjang dalam mengimplementasikan program-program kepuasan pelanggan.

Siapa pun yang terlibat dalam bisnis, sudah pasti mempunyai tanggung jawab terhadap kepuasan pelanggan. Bahkan, apabila seorang top manajemen yang tidak pernah bertemu dengan pelanggan, pelanggan akan tetap mengenal kontribusi top manajemen melalui produk yang mereka konsumsi atau jasa yang digunakan. Saat ini kepuasan pelanggan menjadi topik yang cukup penting, hal ini bisa dilihat dari penyelenggaraan *Indonesia Customer Satisfaction Award (ICSA)* beberapa tahun terakhir yang memberikan penghargaan kepada perusahaan-perusahaan yang mampu memberikan tingkat kepuasan yang tinggi bagi konsumen mereka. Sebagai perbandingan, di

beberapa negara indeks kepuasan konsumen juga semakin penting, misalnya di Amerika Serikat indeks kepuasan konsumen (*American Customer Satisfaction Index*) mampu mempengaruhi harga saham perusahaan lantai bursa (Majalah Swa dalam Munadi, September 2001).

Industri jasa telah berkembang biak tidak hanya pada jenisnya, akan tetapi semakin dominan dan beragamnya kebutuhan akan jasa tersebut. Dalam industri ini kualitas sangat penting karena kualitas barang ataupun jasa berpengaruh besar atau berhubungan dengan kepuasan pelanggan (Kotler, 2001 : 69). Sehingga kualitas jasa dipengaruhi oleh dua faktor yaitu harapan dan kinerja yang dirasakan konsumen. Konsumen akan membandingkan harapan dan kinerja tersebut. Bila harapan terpenuhi oleh pelayanan perusahaan, maka jasa tersebut dikatakan memiliki kualitas yang baik dan akan dapat memuaskan konsumen.

Sampai hari ini, kepuasan pelanggan masih merupakan konsep yang sangat relevan. Logika sederhana dari para pelaku bisnis adalah bahwa apabila pelanggannya puas, pastilah akan terjadi sesuatu yang lebih baik untuk bisnis mereka di masa mendatang.

Seorang pelanggan yang puas adalah pelanggan yang merasa mendapatkan *Value* dari pemasok, produsen atau penyedia jasa. Value ini bisa berasal dari produk, pelayanan, sistem atau sesuatu yang bersifat emosi. Kalau pelanggan mengatakan bahwa *value* adalah produk yang berkualitas, maka kepuasan terjadi kalau pelanggan mendapatkan produk yang berkualitas. Kalau *value* bagi pelanggan adalah kenyamanan, maka kepuasan akan datang

apabila pelayanan yang diperoleh benar-benar nyaman. Kalau *value* dari pelanggan adalah harga yang murah, maka pelanggan akan puas kepada produsen yang memberikan harga yang paling kompetitif.

Salah satu industri jasa yang berkembang saat ini adalah jasa percetakan dan digital printing. Ternyata keberadaan industri jasa ini mendapat tempat tersendiri dikalangan masyarakat terutama perusahaan yang membutuhkan media untuk menyalurkan dan menyampaikan informasi perusahaan maupun jasa dari perusahaannya. Mereka berharap dengan adanya media promosi percetakan dan digital printing, akan meningkatkan pendapatan perusahaan dan tujuan dari perusahaan dapat tercapai. Untuk kawasan Surakarta dan sekitarnya menjadikan industri ini memiliki daya tarik dan potensi pasar yang cukup baik untuk dikembangkan. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya jasa percetakan dan digital printing yang beroperasi diwilayah Surakarta. Sebagai implikasinya maka tingkat persaingan antar perusahaan sejenis akan semakin meningkat.

Salah satu tolak ukur keberhasilan perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa adalah banyak sedikitnya konsumen yang menggunakan jasa, hal ini dipengaruhi oleh sejauh mana suatu perusahaan dapat memuaskan konsumennya. Apabila kinerja pelayanan yang diberikan dapat memenuhi harapan konsumen maka kepuasan konsumen akan tercapai.

Dengan memberikan motivasi yang cukup besar kepada para karyawan akan membantu meningkatkan semangat kerja yang tinggi sehingga perusahaan mampu menciptakan kualitas kerja pada lingkungan pekerjaan

yang dijalani. Tentunya dengan cara-cara atau pola-pola tertentu yang diterapkan oleh pemimpin sehingga para karyawan mampu menerima arahan.

Sebagai salah satu perusahaan yang bergerak dalam jasa percetakan dan desain grafis, Smart to Print juga harus memperhatikan tingkat kepuasan konsumennya. Selain itu Smart to Print juga perlu untuk terus memantau seberapa baik kualitas kinerja pelayanan yang telah diberikan kepada konsumen, apakah telah memenuhi harapan konsumen atau belum.

Berdasarkan bentuk uraian diatas penulis mengangkat permasalahan dalam judul skripsi yaitu : **Analisis Kepuasan Konsumen Atas Kualitas Jasa Pada Perusahaan Digital Printing Smart To Print Di Surakarta.**

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan pada hal di atas, maka dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini, yaitu :

1. Bagaimanakah kualitas pelayanan yang diberikan Smart to Print kepada konsumennya?
2. Bagaimanakah tingkat kepuasan konsumen Smart to Print?
3. Bagaimanakah tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan dengan kinerja yang telah diberikan Smart to Print?

C. Batasan Masalah

Batasan dalam suatu penelitian perlu dikemukakan, hal ini bertujuan agar penelitian yang dilakukan dapat lebih terfokus pada pokok permasalahan, tujuan dan manfaat penelitian.

Subyek penelitian adalah konsumen yang melakukan pemesanan terhadap produk layanan dari Smart to Print dengan pertimbangan mereka dapat memberikan data-data yang dibutuhkan. Penelitian ini dibatasi pada bidang pemasaran khususnya pada kepuasan konsumen atas kualitas jasa yang diberikan Smart to Print.

D. Tujuan Penelitian

Sejalan dengan perumusan permasalahan di atas, tujuan yang hendak dicapai melalui penelitian ini adalah :

1. Mengetahui kualitas pelayanan yang diberikan Smart to Print kepada konsumennya.
2. Mengetahui tingkat kepuasan konsumen Smart to Print.
3. Mengetahui tingkat kesesuaian antara kinerja dan tingkat kepentingan Smart to Print.

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang diharapkan dari hasil penelitian ini antara lain meliputi :

1. Manfaat Teoritis

Dengan hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat teoritis antara lain :

- a. Sebagai tambahan teori yang telah ada sehubungan dengan masalah yang diteliti.
- b. Sebagai bahan untuk menambah wacana kepustakaan, baik ditingkat fakultas maupun ditingkat universitas.
- c. Sebagai salah satu sumber untuk penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Dengan hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat praktis antara lain :

- a. Memberi gambaran tentang pengaruh kualitas pelayanan yang diberikan Smart to Print kepada konsumennya.
- b. Mengetahui tingkat kepuasan konsumen Smart to Print.
- c. Mengetahui tingkat kesesuaian antara kinerja dan tingkat kepentingan Smart to Print.
- d. Memberikan masukan bagi manajer perusahaan dalam memperbaiki kualitas kerja karyawan dan memotivasi karyawan.

F. Sistematika Penulisan Skripsi

Untuk mempermudah dan memperjelas arah dan tujuan penelitian ini, maka peneliti menggunakan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini akan dijelaskan tentang latar belakang masalah dari penelitian, yang kemudian ditarik secara eksplisit dalam perumusan masalah dan pembatasan masalah. Sebagian acuan dari keseluruhan penelitian ini akan ditegaskan dengan tujuan penelitian secara final agar lebih jelas dan terarah serta manfaat dari penelitian itu sendiri baik secara akademis maupun praktis.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab tinjauan pustaka menguraikan tentang jasa yang meliputi pengertian jasa, klasifikasi jasa, karakteristik jasa, kualitas jasa meliputi konsep kualitas, kualitas jasa, dimensi kualitas jasa, strategi meningkatkan kualitas jasa, model kualitas jasa, kepuasan pelanggan meliputi pengertian dan konsep kepuasan pelanggan, pengukuran kepuasan pelanggan, strategi kepuasan pelanggan.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini akan difokuskan pada pembahasan teknis metode penelitian. Pertama akan dijelaskan tentang struktur konstruksi atau kerangka pemikiran yang akan menjadi acuan pembahasan dalam penelitian ini. Selanjutnya hipotesis akan diuji kebenarannya dan dipakai sebagai petunjuk dalam pengumpulan data yang diperlukan. Penelusuran obyek penelitian secara singkat pada bagian yang akan dikaji termasuk dalam pembahasan pada bagian-bagian ini. Dalam bab ini juga akan dibahas berbagai

metode penunjang terealisasinya penelitian ini seperti populasi, definisi operasional variabel, instrumen penelitian dan metode analisis data.

BAB IV : PELAKSANAAN DAN HASIL PENELITIAN

Pada bab ini berisi tentang gambaran umum Perusahaan Smart to Print dan struktur organisasi. Selanjutnya adalah analisis data dan hasil analisis data serta pembahasannya yang disesuaikan dengan metode penelitian pada bab tiga, sehingga akan memberikan perbandingan hasil penelitian dengan kriteria yang ada dan pembuktian kebenaran dari hipotesis.

BAB V : PENUTUP

Pada bab terakhir ini memuat tentang kesimpulan dari keseluruhan pembahasan, refleksi untuk memberikan saran berdasarkan kesimpulan penelitian untuk mengkaji kebenaran hipotesis yang sudah ada.