

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada zaman globalisasi ini banyak sekali kemajuan perubahan yang terjadi dalam dunia bisnis modern. Adapun perubahan di tandai dengan pola pikir masyarakat yang berkembang. Kemajuan teknologi dan gaya hidup yang tidak lepas dari pengaruh globalisasi. Dengan adanya kemajuan dan perubahan tersebut secara tidak langsung menuntut kita untuk dapat mengimbanginya dalam kehidupan sehari-hari.

Pengaruh dari perkembangan zaman yaitu banyak sekali bermunculan produk dan jasa yang menawarkan berbagai berbagai kelebihan dan keunikan dari masing-masing produk dan jasa tersebut. Hal ini membuat konsumen mempunyai banyak alternatif pilihan dalam menggunakan produk barang dan jasa yang di tawarkan oleh produsen.

Tetapi bagi produsen, hal ini merupakan suatu bentuk ancaman karena semakin banyak produk dan jasa yang di tawarkan semakin ketat pula persaingan yang terjadi dalam dunia usaha. Persaingan yang semakin ketat ini menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing di pasar.

Untuk mengatasi hal tersebut maka perusahaan harus memiliki strategi pemasaran yang kuat dalam memasarkan produk barang dan jasanya sehingga dapat bertahan dalam persaingan bisnis. Kondisi persaingan yang ketat membuat konsumen sangat rentan untuk berubah-ubah, sehingga setiap perusahaan di tuntut untuk dapat mengikuti perubahan keinginan konsumen secara terus menerus.

Kotler (2012:35), mengemukakan bahwa “Sehingga terjadi perubahan cara berfikir, termasuk dalam pemasaran dimana yang awalnya pemasaran berwawasan transaksi (*transactional marketing*) berubah menjadi pemasaran berwawasan hubungan (*relationship marketing*)”. Dimana

sebelumnya pemasaran hanya mengejar target penjualan, namun sekarang lebih pada menarik pelanggan dan menjaga hubungan dengan pelanggan.

Menurut Kotler and Armstong (2012:57), “Dengan memahami kebutuhan, keinginan dan permintaan pelanggan, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya”.

Kebutuhan akan sandang terutama kaos sangatlah penting bagi masyarakat. Kaos merupakan pakaian bagian atas yang dapat menunjang kepercayaan diri dari penggunanya, dengan model yang casual dan enak dipakai kaos menjadi pilihan utama bagi masyarakat yang akan bepergian santai atau sekedar di pakai di rumah.

Kaos sendiri bisa dibeli dengan desain gambar yang unik sesuai dengan selera serta dengan menggunakan jasa sablon agar kaos tersebut terlihat lebih *fashionable* dan lebih menarik untuk di lihat tentunya, kaos sendiri di desain untuk memberikan kenyamanan kepada penggunanya dengan bahan kain yang menyerap keringat dan memberikan rasa dingin ketika digunakan.

Perkembangan di bidang sablon kaos selama ini telah membawa akibat yang cukup pesat dalam dunia usaha. Perusahaan dalam keberadaannya sebagai unit organisasi, pada umumnya di dirikan dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan dengan menyediakan barang dan jasa yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Keuntungan bisa di peroleh apabila perusahaan dapat mencapai tingkat penjualan yang maksimal.

Tingkat penjualan merupakan salah satu faktor penentu yang sangat berpengaruh terhadap pencapaian laba bersih, sedangkan keuntungan atau laba merupakan sarana yang penting bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan, maka dari itu perusahaan harus berusaha untuk menciptakan tingkat penjualan yang menguntungkan.

Semakin tinggi tingkat penjualan maka laba yang diperoleh semakin meningkat, dengan demikian perusahaan akan mampu bertahan hidup,

tumbuh dan berkembang lebih lanjut, serta tangguh dalam mengatasi pengaruh faktor-faktor lingkungan yang senantiasa berubah.

Mengingat ketatnya persaingan dalam bisnis dan kondisi perekonomian yang tidak menguntungkan, memaksa para pengusaha untuk selalu giat berusaha agar perusahaan dapat tetap menghasilkan laba yang maksimal, sehingga membantu perkembangan usahanya. Oleh karena itu kini banyak perusahaan yang berupaya untuk menggunakan strategi yang efektif guna membangun, mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan, salah satunya adalah CV. Rockaballer Solo.

Berikut ini disajikan data tingkat penjualan sablon kaos CV. Rockaballer Solo periode 2017-2018:

Tabel 1.1
Tingkat Penjualan CV. Rockaballer
Periode 2017-2018

Tahun 2017	Penjualan (unit)	Presentase Perubahan (%)	Tahun 2018	Penjualan (unit)	Presentase Perubahan (%)
Januari	1125	-	Januari	1400	5%
Febuari	1181	4,9%	Febuari	1440	2,7%
Maret	1195	1,2%	Maret	1488	3,2%
April	1210	1,3%	April	1550	4%
Mei	1217	0,6%	Mei	1600	3,1%
Juni	1250	2,6%	Juni	1643	2,6%
Juli	1250	2,6%	Juli	1603	-2,4%
Agt	1307	4,6%	Agt	1667	3,8%
Sept	1270	-2,8%	Sept	1704	2,1%
Okt	1292	1,7%	Okt	1755	2,9%
Nov	1314	1,7%			
Des	1330	1,2%			

Sumber: CV. Rockaballer, 2018

Berdasarkan tabel 1.1 diketahui bahwa tingkat penjualan sablon kaos CV. Rockaballer dari tahun 2017-2018 masih terdapat banyak yang belum mengalami kenaikan yang diharapkan yaitu dengan taraf kenaikan sebesar 3% di setiap bulannya. Bahkan CV. Rockaballer pernah mengalami penurunan dalam penjualannya.

Beberapa usaha yang dapat menunjang kelangsungan hidup perusahaan adalah dengan cara memberikan kualitas pelayanan kepada konsumen dan kualitas produk yang dihasilkan perusahaan demi kepuasan konsumen. Jika konsumen merasa puas dengan kualitas yang diberikan dari perusahaan maka mereka akan cenderung melakukan pembelian ulang untuk produk yang sama.

Kotler and Armstrong (2012:55), menyatakan “Ada beberapa faktor yang mempengaruhi tingkat penjualan, antara lain: (1) harga jual: (2) produk (barang atau jasa) yang ditawarkan: (3) promosi yang dirancang: (4) saluran distribusi. Tingkat penjualan juga dipengaruhi oleh dua faktor lingkungan yaitu: (1) faktor lingkungan yang tak terkendali terdiri dari lingkungan persaingan, ekonomi, teknologi, politik, hukum dan sosial budaya: (2) faktor lingkungan terkendali adalah faktor lingkungan yang mempengaruhi pemasaran termasuk penjualan yang berada di dalam perusahaan. Faktor-faktor tersebut adalah faktor-faktor yang mempengaruhi pemasaran termasuk penjualan yang berada di dalam perusahaan”.

Faktor lain yang sangat berpengaruh dengan tingkat penjualan adalah kualitas pelayanan dan kualitas produk merupakan unsur penolong untuk menggerakkan permintaan tambahan untuk menciptakan tambahan untuk menciptakan penjualan ulang.

Kualitas pelayanan dan kualitas produk merupakan penentu dalam meningkatkan tingkat penjualan, kualitas pelayanan dan kualitas produk merupakan media yang efektif sebagai sumber informasi yang diperlukan konsumen untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan suatu produk. Kepercayaan konsumen terhadap suatu produk merupakan hal-hal

yang mendasar untuk mengarahkan kepada keputusan konsumen untuk membeli bahkan untuk loyal pada produk tersebut.

Menurut Tjiptono (2008:40), “Kepercayaan adalah sejumlah keyakinan spesifik terhadap integrasi (kejujuran pihak yang dipercaya dan kemampuan menepati janji), *behevotence* (perhatian dan motivasi yang dipercaya untuk bertindak sesuai dengan kepentingan yang mempercayai mereka), *competency* (kemampuan pihak yang dipercaya untuk melaksanakan kebutuhan yang mempercayai) dan *predictability* (konsistensi perilaku pihak yang dipercaya)”. Membangun dan menjaga kepercayaan pelanggan terhadap merek sangatlah penting, karena merupakan kunci suksesnya hubungan jangka panjang antara produsen dan konsumen.

Dalam membuat produk produsen juga harus memprioritaskan kualitas produk yang dibuat agar dapat memuaskan konsumen merupakan salah satu hal yang menjadi tujuan terpenting, oleh karena itu setiap produsen dituntut agar mampu menciptakan produk dengan spesifikasi yang terbaik agar tingkat penjualan meningkat. Kualitas produk yang dirasakan konsumen akan menentukan suatu persepsi terhadap kinerja, yang pada gilirannya akan berpengaruh pada tingkat penjualan sablon kaos.

Setiap perusahaan harus mengerti pentingnya strategi untuk dapat mempertahankan keunggulan kompetitifnya dengan meningkatkan kualitas yang diberikan. Hal ini dilakukan untuk memberikan kepuasan konsumen agar dapat meningkatkan penjualan sablon kaos. Mempertahankan konsumen bukanlah hal yang mudah, layanan yang sempurna bagian dari strategi Rockaballer untuk mengontrol terhadap mutu layanan dan mutu kualitas produk.

Oleh karena itu Rockaballer berupaya agar pelanggannya tetap setia dengan memfokuskan hal tersebut pada kualitas mengingat masih terdapat keluhan-keluhan dari pelanggan mengenai masih ada barang yang kurang sempurna atau cacat, untuk mengatasinya Rockaballer meningkatkan kualitas produk agar mencapai harapan konsumen dan merasa puas akan barang yang diterimanya.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ANALISIS TINGKAT PENJUALAN SABLON KAOS DITINJAU DARI KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK PADA CV. ROCKABALLER DI SOLO TAHUN 2017/2018”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, dapat diambil suatu perumusan masalah sebagai berikut :

1. Rendahnya kualitas pelayanan yang diberikan Rockabller.
2. Rendahnya kualitas produk yang diberikan Rockaballer.
3. Penjualan sablon kaos yang menurun pada Rockaballer.

C. Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah yang terkait judul di atas sangat luas, sehingga tidak mungkin permasalahan yang ada dapat dijangkau dan di sesuaikan semua, oleh karena itu adanya pembatasan masalah sehingga persoalan itu akan di teliti menjadi jelas. Hal ini perlu di batasi ruang lingkup dan memfokuskan masalah sehingga persoalan yang di teliti menjadi jelas dan kesalahpahaman dapat terhindar.

Untuk memperjelas objek penelitian, maka pada penelitian ini permasalahan akan dibatasi pada :

1. Hubungan antara kualitas pelayanan dengan tingkat penjualan pada CV. Rockaballer.
2. Hubungan antara kualitas produk dengan tingkat penjualan pada CV. Rockaballer.
3. Hubungan antara kualitas pelayanan dan kualitas produk dengan tingkat penjualan pada CV. Rockaballer.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan pembatasan masalah maka rumusan masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan pada Tingkat Penjualan Sablon Kaos ?
2. Apakah Kualitas Produk berpengaruh secara signifikan pada Tingkat Penjualan Sablon Kaos ?
3. Apakah Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk secara bersamaan berpengaruh secara signifikan pada Tingkat Penjualan Sablon Kaos ?

E. Tujuan Penelitian

Sejalan dengan uraian yang telah dikemukakan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Tingkat Penjualan Sablon Kaos Rockaballer.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kualitas Produk terhadap Tingkat Penjualan Sablon Kaos Rockaballer.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Sablon Kaos Rockaballer.

F. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi Rockaballer

Sebagai bahan masukan bagi Rockaballer dalam melakukan evaluasi terhadap strategi produk dan pelayanan sehingga dapat melakukan berbagai tindakan agar kinerja Rockaballer menjadi lebih baik.

2. Bagi Penulis

- a. Menambah pengetahuan dan wawasan umum mengenai kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap tingkat penjualan.

- b. Sebagai sarana pengembangan dan penyaluran ilmu pengetahuan teoritis yang telah ditempuh pada saat di bangku kuliah.
 - c. Dapat bermanfaat sebagai masukan dan pembelajaran dalam dunia kerja.
3. Bagi Pengembangan Ilmu Pengetahuan
- a. Diharapkan dapat menjadi bahan referensi, khususnya bagi pihak yang ingin melakukan penelitian yang berfokus pada kajian atau variabelnya yang sama.
 - b. Dapat mengetahui definsi serta pengaruh mengenai kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap tingkat penjualan produk.
 - c. Dapat menjadi bahan referensi atau gambaran untuk penelitian selanjutnya yang lebih mendalam.