

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan di bidang teknologi yang semakin canggih telah membawa perubahan besar dalam kehidupan manusia. Beragam jenis teknologi baru muncul seiring dengan perkembangan zaman yang fungsinya mempermudah kegiatan manusia, salah satunya dalam hal cetak mencetak. Perkembangan teknologi telah mendorong munculnya inovasi teknologi dibidang percetakan yang semakin canggih dan sangat berguna, salah satunya yaitu *Digital Printing*.

Berdasarkan laporan IDC (*International Data Corporation*), industri percetakan dan printing di seluruh dunia mengalami perkembangan yang pesat tiap tahunnya. Ditahun yang akan datang, pertumbuhan industri percetakan diprediksi akan terus berkembang tiap tahunnya.¹ Hingga saat ini, industry percetakan masih menunjukkan ke efektivitasnya bahkan telah dianggap sebagai salah satu kebutuhan primer setiap manusia karena memiliki peranan penting dalam kegiatan sehari-hari.²

Digital Printing merupakan bisnis percetakan berbasis digital yang hadir dengan segala kemudahan, kecepatan, serta kualitas yang tidak perlu diragukan lagi. Cara kerjanya yang cepat dan simple, yakni cukup dari file gambar kemudian bisa langsung dicetak melalui media cetak (print). *Digital Printing* merupakan perkembangan hasil inovasi cetak dari metode percetakan konvensional ke metode yang lebih canggih sehingga mempermudah masyarakat dalam proses pencetakan dengan hasil yang cepat, akurat, dan lebih terjangkau.³ Kini teknologi *digital printing* bergerak dengan cepat memenuhi berbagai jenis kebutuhan konsumen. Hal ini dibuktikan dengan adanya bentuk produk cetak *digital printing* seperti banner, stiker, pamflet, brosur, nota, undangan, kartu nama, dan sebagainya. Tak heran jika kini hampir

¹ CNN Indonesia, <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20170422073622-185-209408/industri-printing-memasuki-era-digital-40/amp> , diakses pada November 2021

² Iendhy Zelvien A, *Cara Mudah Bisnis Percetakan yang Kekinian*, (Surabaya : CV.Jakad Media Publishing, 2020), hlm. 3

³ Komda Saharja dan Siti Aisyah, “Efektifitas Digital Printing dalam Menghasilkan Produk Cetak dan Pengaruhnya Terhadap Konsumen,” *Open Journal System* 14 No. 11, (Juni 2020): 3429

semua percetakan mulai menggunakan digital printing untuk menyelesaikan pesanan konsumen.

Perkembangan *digital printing* mengalami perkembangan yang sangat pesat serta menjadi usaha yang menjanjikan dibidang jasa.⁴ Peluang usaha yang bagus tentunya akan menimbulkan persaingan antar pemilik usaha percetakan. Hal ini jelas menimbulkan kekhawatiran tersendiri dalam lini persaingan yang tentunya setiap digital printing akan menawarkan kelebihanannya masing- masing. Berikut table beberapa digital printing di daerah Kota Kudus yang penulis amati:

Table 1.1
Beberapa Digital Printing di Kudus

Nama	Alamat
PDP Printing	Bakalan, Kaliwungu Kabupaten Kudus, Jawa Tengah, 59315
Digital Printing Vista	Jl. Gatot Subroto No. 19, Barongan, Kota Kudus, Jawa Tengah, 59313
Bubble Printing Kudus	Jl. Gatot Subroto No. 03, Barongan, Kota Kudus, Jawa Tengah, 59313
Adi Printing Kudus	Jl. Ganesha Raya No. 1 Purwosari Kec. Kota Kab.Kudus, Jawa Tengah 59316
Mitra Printing	Jl. Jepara, Ruko Jember No. 6, Purwosari, Kota Kudus, Jawa Tengah, 59316
Digital Printing Maestro	Jl. Mayor Basuno, Sunggingan Kota Kudus, Jawa Tengah 59317

Berdasarkan table diatas dapat dilihat bahwa di Kota Kudus sudah banyak ditemui beberapa percetakan digital printing dan tentunya masih banyak lagi pesaing dari beberapa daerah lainnya. Dari fenomena tersebut mengakibatkan para pelaku bisnis untuk senantiasa mengupayakan berbagai cara agar percetakannya tetap diminati konsumen dan mempertahankan pelanggan agar tetap menggunakan jasanya.

Karena konsumen saat ini menjadi lebih *smart*, semakin *full informed*, akhirnya hal ini menjadikan konsumen semakin

⁴ Perkembangan Teknologi Printing di Era Digital, <https://ofiskita.com/articles/detail/perkembangan-teknoloji-printing-di-era-digital>, diakses pada November 2021

empowered.⁵ Konsumen menjadi semakin berpengetahuan lebih dan merekalah yang menentukan kualitas dan kuantitas barang dan jasa yang mereka butuhkan, serta alternative percetakan mana yang sesuai dan terbaik menurutnya. Oleh karena itu, konsumen menginginkan percetakan yang mampu mengerti apa yang dibutuhkan, mampu menyesuaikan *trend* yang ada, tentunya dengan memberikan pelayanan yang baik serta kualitas produk yang dihasilkan.⁶

Melihat hal tersebut, pelaku usaha harus dapat memberikan apa yang diharapkan konsumen dari percetakkannya agar tetap diminati melalui pelayanan yang baik, memberikan produk yang berkualitas, serta melakukan strategi pemasaran yang tepat. Dengan begitu, tujuan perusahaan dapat tercapai yakni target penjualan sesuai yang diharapkan. Karna kebanyakan dari percetakan yang ada, mereka hanya melayani apa yang dibutuhkan konsumen namun kurang ramah dalam memberikan pelayanan, memberikan harga yang murah namun kualitas tidak memadai. Hal tersebut tentunya akan menjadi faktor yang mengurangi minat konsumen untuk kembali lagi menggunakan jasanya.⁷

Service excellent atau pelayanan prima merupakan sebuah bentuk keharusan dalam industri jasa ketika menghadapi konsumen/pelanggan.⁸ Pelayanan dalam hal ini berupa memberikan kemudahan, kecepatan, keramahan serta kenyamanan dari pemilik jasa kepada konsumen sehingga konsumen merasa puas. Setiap pelanggan pastinya menginginkan yang terbaik dalam setiap jasa yang ia beli karena itu sudah menjadi haknya. Ibarat konsumen adalah raja, sehingga perusahaan harus melayani dengan baik, mengingat dari konsumenlah perusahaan mendapat profit agar usahanya tetap hidup. Pelanggan yang merasa puas atas pelayanan yang diberikan tentunya akan menggunakan ulang jasanya,

⁵ Syaifuddin Rachmat, “Analisis Kepuasan Konsumen atas Kualitas Jasa pada Perusahaan Digital Printing Smart to Print di Surakarta”, *Skripsi Univ Muhammadiyah Surakarta*, (2010): 1

⁶ Johan Harianto, “Strategi Pasar Dalam Meningkatkan Pesanan Cetakan Pada CV. Fadhillah Adverstising Palembang”, *Skripsi Univ Muhammadiyah Palembang*, (2008): 7

⁷ Niera Feblidiyanti, “Analisis Kepuasan Dalam Pelayanan Untuk Meningkatkan Penjualan Toko Maju Kimia Tangerang”, *Jurnal Teknologi* Vo. 1 No.2 (Oktober 2019), 137

⁸ Falih Wirdarini, “Hubungan Pelayanan Prima Dengan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri Cabang Genteng Banyuwangi”, *Skripsi UIN Maulana Malik Ibrahim* (2013): 11

sebaliknya, jika pelanggan tidak merasa puas maka tidak akan menggunakan jasa tersebut kembali.⁹

Di dalam Islam sendiri menganjurkan untuk senantiasa memberikan pelayanan yang baik dari usaha yang di jalankan, baik berupa barang atau jasa. Hal ini terdapat pada QS. At-Taubah ayat 105:

Allah SWT berfirman:

وَقُلْ اَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللّٰهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ
 وَسَتُرَدُّونَ اِلٰى عِلْمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ

Artinya : “Bekerjalah kamu, maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada Allah Yang Mengetahui akan ghaib dan nyata, lalu diberikan-Nya kepada kamu apa telah kamu kerjakan.”¹⁰

Sudah dijelaskan dalam Al-Qur’an bahwa Allah akan senantiasa memberikan balasan dari apa yang telah umatnya kerjakan. Dengan demikian, jika kita bekerja dengan baik maka Allah akan memberikan balasan kebaikan juga. Maka hendaknya kita dalam bekerja sebisa mungkin memberikan layanan yang terbaik agar terciptanya kenyamanan serta kemudahan bagi konsumen.

Kualitas produk juga tak kalah penting untuk diperhatikan. Kualitas/mutu pada dasarnya difungsikan sebagai kebutuhan pokok dalam persaingan serta memberikan jaminan kepada pelanggan.¹¹ Produk yang berkualitas menjadi kriteria utama konsumen pada pemilihan produk. Semakin banyaknya pilihan percetakan, maka semakin bebas pula konsumen dalam memilih percetakan yang sesuai dengan harapannya.¹² Dalam hal ini percetakan harus mampu mempersaingkan keunggulan produknya agar dapat bersaing di pasaran, karna konsumen mengharapkan kualitas yang bagus sesuai kebutuhan dan keinginannya. Produk dengan hasil yang bagus akan membuat konsumen menggunakan ulang jasa percetakan tersebut, sehingga percetakan memperoleh laba yang optimal sekaligus dapat

⁹ Indah Nur Trisnawati, “Pengaruh Pelayanan dan Lokasi Terhadap Minat Pelanggan di Bengkel Cahaya Timur Semarang,” *Skripsi UIN Walisongo Semarang*, (2015): 3

¹⁰ QS. At-Taubah : 105 juz 9

¹¹ Djoko Adi Walujo, dkk, *Pengendalian Kualitas*, (Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2020), 5

¹² Taufan Hidayat, “Analisis Pengaruh, Produk, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian”, *Jurnal Ilmu Manajemen* 17, No. 2 (2020): 96

memenuhi tuntutan konsumen akan produk berkualitas yang diharapkan.

Strategi pemasaran merupakan senjata bagi perusahaan dalam menghadapi persaingan bisnis. Tujuan dari strategi ini ialah agar sasaran pemasarannya lebih luas, sehingga tercapai sesuai yang telah direncanakan.¹³ Strategi pemasaran yang perlu diperhatikan yaitu mengenai produk (*product*) apa yang ditawarkan, harga (*price*) strategi penentuan harga, lokasi/ tempat (*place*) dimana jasa diberikan, promosi (*promotion*) bagaimana promosi yang dilakukan. Keempat faktor itulah yang penting diperhatikan dalam strategi pemasaran. Agar perusahaan tetap mampu bersaing dalam persaingan serta tercapainya target penjualan, maka diperlukan strategi yang tepat. Strategi pemasaran yang dapat dilakukan yaitu dengan cara mengubah harga, membuat *website* mengenai profil usaha tersebut, merancang promosi khusus, membuat inovasi produk yang kreatif agar lebih menarik.¹⁴

Berhubungan dengan peningkatan penjualan, peningkatan merupakan serangkaian prestasi atau pencapaian yang meningkat dari semula usaha yang kecil menjadi usaha yang besar. Sedangkan penjualan dapat diartikan sebagai perpindahan hak milik antara pemilik barang atau jasa dengan calon pembeli yang diukur dengan satuan uang sesuai kesepakatan. Tujuan dari kegiatan ini adalah perusahaan memperoleh pendapatan atas barang yang dijual ataupun jasa yang diberikan serta memperoleh laba atas kegiatan tersebut sehingga perusahaan bisa tumbuh dan berkembang.

Cahaya Net merupakan salah satu usaha bergerak di bidang jasa yang melayani percetakan. Awalnya usaha ini hanya melayani rental komputer serta menawarkan jasa pengetikan dan print dokumen saja, namun sekarang berkembang melayani berbagai kebutuhan dalam bidang percetakan menyesuaikan trend yang ada. Cahaya Net mampu menunjukkan keberadaannya yang masih aktif dari tahun 2010 dan berkembang sampai sekarang. Dengan slogan yang diterapkan yaitu “*Your Style We Can*”, Cahaya Net berusaha mengerti apa yang dibutuhkan dan diharapkan konsumen. Jenis produk dan layanan yang diberikan antara lain berbagai macam

¹³ Dr.Dzu Ikfli Harahap dkk., *Manajemen Strategi Pemasaran*, (Inteligensia Media: Kelompok Penerbit Intrans Publisihing, Agustus 2021), 9

¹⁴ Sulfiana, “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Rumah Makan Mbak Daeng Alaudin Makassar”, *Skripsi Univ Muhammadiyah Makassar*, (2020): 2

cetak dokumen, foto, A3, mug, kalender, undangan, amplop, stiker, id card, pamflet, brosur serta melayani *Crafting* seperti pembuatan bucket bunga/ uang, mahar, *gift birthday*, dan lampu hias custom.

Meskipun Cahaya Net telah berdiri sejak lama, bukan berarti percetakan ini akan selalu menjadi pilihan konsumen. Persaingan bisnis yang semakin dinamis dan kompleks memacu para pemilik usaha untuk selalu berfikir kreatif dan inovatif agar perusahaannya lebih unggul dibanding pesaingnya. Menurut Munawaroh, perubahan lingkungan yang cepat menuntut perusahaan untuk beradaptasi secara cepat pula dengan melakukan perbaikan dan inovasi baru.¹⁵ Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Moureen Margaretha mengatakan bahwa pelanggan akan senantiasa membandingkan nilai antar kompetitor dari produk atau jasa yang bergerak dibidang yang sama.¹⁶ Untuk itu penelitian ini diharapkan dapat memberikan edukasi kepada pemilik usaha agar senantiasa memperhatikan usahanya di masa sekarang dan yang akan datang agar tetap di minati oleh pelanggan.

Berdasarkan hasil wawancara sementara yang peneliti lakukan pada pemilik Cahaya Net, bahwasanya terkadang pelanggan disini kurang sabar dalam menunggu antrian dan ingin cepat dilayani, selain itu berbagai macam inovasi produk sudah dilakukan, namun masih menemui kendala terkait pemasaran produk yaitu kurang optimalnya media promosi seperti *facebook*, *instagram*, Tik Tok yang digunakan dalam mempromosikan produk. Hal ini terlihat dari respon konsumen yang masih sedikit, padahal media promosi tersebut dapat difungsikan sebagai alat dalam peningkatan penjualan.¹⁷

Service excellent merupakan pelayanan terbaik dalam memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan. Hal tersebut penting untuk diberikan karena akan berpengaruh pada keputusan konsumen dalam penggunaan jasa berikutnya. Kualitas produk juga merupakan hal penting bagi konsumen atas hasil yang diharapkan. Apabila produk cacat atau tidak sesuai dengan keinginan konsumen maka hal ini akan berpengaruh pada kepercayaan konsumen terhadap kinerja

¹⁵ M. Munawaroh, Analisis Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan pada Industri Pendidikan di Yogyakarta, *Jurnal Siasat Bisnis*, ISSN 0853-7665, (2005): 119-134

¹⁶ Moureen Margaretha, "Studi Mengenai Loyalitas Pelanggan Pada Divisi Asuransi Kumpulan AJB Bumi Putera 1912", *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, Vol. III No. 2 (2005): 289-308

¹⁷ Faizal A zis, Wawancara dengan Pemilik Cahaya Net Kudus, 20 Oktober 2021

perusahaan. Strategi pemasaran juga diperlukan karena merupakan suatu alat bagi perusahaan yang nantinya akan sangat berpengaruh terhadap usaha yang sedang dijalankan.

Berdasarkan penelitian terdahulu, terdapat celah yang memberikan peluang bagi peneliti untuk melakukan kebaruan dan pengembangan. Penelitian ini mengangkat tema mengenai Analisis Peningkatan Penjualan Pada Digital Printing Cahaya Net Kudus yang belum pernah diteliti pada penelitian sebelumnya. Penelitian ini penting dilakukan karena dalam meningkatkan penjualan dari usaha percetakan diperlukan *service excellent* dan produk yang berkualitas. Apabila pelayanan dan produk yang diberikan kurang maksimal, maka akan berdampak terhadap penurunan penjualan. Begitu pula strategi pemasaran yang digunakan juga sangat penting untuk diperhatikan agar penjualan terus mengalami peningkatan di era banyaknya kompetitor jasa digital printing di Kudus saat ini.

Dari uraian latar belakang permasalahan tersebut, penulis tertarik untuk meneliti dan menganalisa lebih lanjut yang akan dijadikan dalam bentuk skripsi dengan judul “**Analisis Peningkatan Penjualan pada Digital Printing Cahaya Net Kudus**”.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas, fokus penelitian ini berfokus pada pembahasan mengenai bagaimana pelayanan prima, produk serta strategi pemasaran yang dilakukan dalam peningkatan penjualan pada digital printing Cahaya Net Kudus.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka masalah yang akan dikaji pada penelitian ini adalah :

1. Bagaimana *Service Excellent* (pelayanan prima) yang dilakukan Cahaya Net dalam meningkatkan penjualan.
2. Bagaimana kualitas produk yang dihasilkan Cahaya Net dalam meningkatkan penjualan.
3. Bagaimana strategi pemasaran yang digunakan Cahaya Net dalam meningkatkan penjualan.

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dilakukannya penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pelayanan prima yang dilakukan Cahaya Net dalam meningkatkan penjualan.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis kualitas produk yang dihasilkan Cahaya Net meningkatkan penjualan.

3. Untuk mengetahui dan menganalisis strategi pemasaran yang digunakan Cahaya Net dalam meningkatkan penjualan.

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang diharapkan penulis dari penelitian ini antara lain :

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 universitas
- c. Sebagai sumber referensi mengenai topik yang sama untuk penelitian selanjutnya

2. Manfaat Praktis

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

- a. Bagi Cahaya Net
Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan masukan evaluasi dalam meningkatkan usaha kedepannya.
- b. Bagi Masyarakat
Masyarakat dapat menjadikan penelitian ini sebagai referensi dalam mengembangkan usaha melalui pelayanan, produk, serta strategi pemasaran.
- c. Bagi Peneliti
Peneliti dapat menjadikannya sarana untuk mengimplementasikan ilmu pengetahuan yang telah diperoleh.

F. Sistematika Penulisan

Penelitian ini terdiri dari lima bab, yang mana tiap bab berisi sub bab. Adapun sistematikanya antara lain :

BAB I: berisi mengenai pendahuluan, yang mana didalamnya membahas kaitan antara latar belakang, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II: berisi mengenai kajian pustaka yang didalamnya menjelaskan teori terkait penelitian antara lain tentang pelayanan prima, produk, strategi pemasaran, penjualan, serta digital printing; penelitian terdahulu yang terkait

dengan judul skripsi, kerangka berfikir, serta pertanyaan penelitian yang dilakukan.

- BAB III : berisi mengenai metode penelitian yang didalamnya membahas terkait jenis dan pendekatan penelitian, tempat dan waktu penelitian, subjek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, pengujian keabsahan data serta teknik analisis data.
- BAB IV : berisi mengenai hasil penelitian dan pembahasan, yang mana didalamnya membahas tentang gambaran objek penelitian, deskripsi data penelitian, serta analisis data penelitian.
- BAB V : merupakan penutup, pada bab ini membahas kesimpulan dan saran. Kesimpulan menyajikan secara singkat atas hasil penelitian, serta saran yang dapat bermanfaat untuk kedepannya.

