

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

- A. Gambaran Umum Objek Penelitian**
- 1. Profil dan Sejarah Cahaya Net Kudus**
 - a. Sejarah Berkembangnya Cahaya Net

Gambar 4.1 Profil Cahaya Net



Cahaya Net atau logo yang disingkat dengan nama C-Net merupakan sebuah usaha bergerak di bidang jasa yang melayani semacam percetakan. Usaha ini di dirikan pada tahun 2010 oleh wirausaha muda Bapak Faizal Azis, S.Kom yang berlokasi di Jl. Raya Kudus Permai, Tersono, Garung Lor, Kec. Kaliwungu Kab. Kudus, Jawa Tengah. Setelah itu, pada tahun 2015 membuka cabang juga di daerah Blolo, Karangampel

Kaliwungu Kudus yang berjarak $\pm 200\text{m}$ dari tempat semula.

Berdirinya usaha ini tidak terlepas dari ketekunan pemilik yang mengumpulkan uang dari hasil tabungannya serta keahlian yang dimiliki sesuai jurusannya semasa kuliah. Pada awalnya, Cahaya Net merupakan sebuah warung internet atau “Warnet” yang menyediakan beberapa komputer untuk kebutuhan pelanggannya dengan tarif Rp. 2000/ jam, dan melayani print dokumen serta cetak foto saja.

Seiring dengan berkembangnya zaman, warnet sekarang sudah jarang peminatnya karna mayoritas masyarakat sudah beralih menggunakan smartphone yang lebih mempermudah kebutuhannya. Akhirnya, pemilik usaha ini memutar otak kemudian mengembangkan bisnisnya dengan melayani berbagai cetak dokumen, foto, kalender, stiker, brosur, undangan, *id card*, scan, penjilidan, sablon kaos, mug, dan juga tas. Tidak hanya itu, namun disini juga melayani *Crafting* seperti pembuatan bucket bunga/ uang, mahar, *gift birthday*, dan lampu hias custom.²

b. Profil Cahaya Net Kudus

Gambar 4.2 Logo Cahaya Net



Cahaya Net mempunyai slogan yaitu “*Your Style We Can*”, dimana slogan ini mempunyai makna bahwa Cahaya Net selalu bisa dalam memenuhi kebutuhan pelanggan. Cahaya Net terletak di area ruko daerah Blolo, Rt 02 Rw 03 Karangampel Kaliwungu Kudus. Jam Operasional nya yaitu buka

¹ Faizal Azis, Wawancara dengan Pemilik Cahaya Net Kudus, 04 April 2022

² Faizal Azis, Wawancara dengan Pemilik Cahaya Net Kudus, 04 April 2022

mulai pukul 07.00 WIB sampai pukul 22.00 WIB, dan buka terus setiap hari. Apabila ingin melakukan pemesanan bisa menghubungi nomor WA Cahaya Net :085647228211 atau melalui email cnet.kudus@gmail.com

2. Visi dan Misi Cahaya Net Kudus³

a. Visi

Menjadi perusahaan percetakan yang dapat melayani semua kebutuhan perorangan, instansi, maupun perusahaan.

b. Misi

- 1) Meningkatkan kualitas dari hasil cetak, waktu, dan harga dengan sistem yang di andalkan
- 2) Meningkatkan keahlian karyawan sesuai yang dibutuhkan pelanggan saat ini
- 3) Terus melakukan inovasi dan memberikan pelayanan terbaik.

3. Struktur Organisasi

Tabel 4.1 Struktur Organisasi



Dalam suatu organisasi diperlukan adanya pembagian tugas dari masing-masing karyawan agar dapat berjalan secara efektif dan efisien. Adapun pembagian tugas di Cahaya Net adalah: ⁴

³ Faizal Azis, Wawancara dengan Pemilik Cahaya Net Kudus, 04 April 2022

⁴ Faizal Azis, Wawancara dengan Pemilik Cahaya Net Kudus, 04 April 2022

- a) Pemilik
 1. Memiliki tugas dan wewenang dalam mengelola usaha.
 2. Memantau kinerja karyawan dan melakukan pengecekan.
 3. Mengurus dan menentukan strategi usaha yang dijalankan.
 4. Merencanakan, menganggarkan, memeriksa, mengelola dana yang diperoleh.
 5. Membeli stock barang yang dibutuhkan
- b) Admin
 1. Memberikan pelayanan terbaik untuk konsumen.
 2. Memasarkan produk secara online maupun secara langsung.
 3. Memastikan ketersediaan barang sesuai kebutuhan konsumen
- c) Karyawan desain
 1. Memberikan pelayanan terbaik untuk konsumen.
 2. Spesialis desain
 3. Bertanggung jawab dalam proses produksi dan pencetakan.
- d) Karyawan crafting
 1. Memberikan pelayanan terbaik untuk konsumen.
 2. Spesialis *Crafting*/DIY
 3. Bertanggung jawab dalam proses produksi.

4. Produk Cahaya Net Kudus

Tabel 4.2 Produk dan Harga di Cahaya Net⁵

Jenis Produk	Harga
Printing	
- Cetak Dokumen	- Hitam Putih : Rp. 500,- - Berwarna : Rp. 1000,-
- Cetak Foto	- Ukuran 2x3 : Rp. 500,- - Ukuran 3x4 : Rp. 500,- - Ukuran 4x6 : Rp. 1000

⁵ Faizal Azis, Wawancara dengan Pemilik Cahaya Net Kudus, 04 April 2022

<ul style="list-style-type: none"> - Cetak Kalender - Cetak Amplop - Cetak Undangan - Cetak Stiker - Cetak Id Card - Cetak Sertifikat & Piagam - Cetak Buku Yasin 	<ul style="list-style-type: none"> - Ukuran A3 : Rp. 15.000 - Ukuran Besar : Rp. 25.000/50pcs - Ukuran Kecil : Rp. 20.000/50pcs - Custom mulai Rp. 1000,-, - 1 lembar : Rp. 4000,-, - Rp. 15.000/pcs - Rp. 3000,- - Rp. 8000,-, sampai Rp. 15.000,-
<p>Scan, Penjilidan, Laminating</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Mulai Rp. 2.500,-
<p>DIY</p> <ul style="list-style-type: none"> - Lampu Custom - Explosion Box - Gift Ulang Tahun - Bucket Bunga/ uang/ snack - Mahar 	<ul style="list-style-type: none"> - Mulai Rp. 65.000,- sampai Rp. 150.000,- - Mulai Rp. 75.000,- - Mulai Rp. 25.000,- - Mulai Rp. 50.000,- - Mulai Rp. 150.000,-
<p>Sablon Digital</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mug - Kaos - Tote Bag 	<ul style="list-style-type: none"> - Rp. 22.000/pcs - Rp. 50.000/pcs ukuran S,M,XL - Mulai Rp. 7000-Rp. 15.000 (sesuai ukuran)
<p>Aneka Figura</p> <p>Aneka Souvenir</p>	<p>Mulai dari ukuran 5R- 12R, Harga Rp. 15.000 - Rp. 35.000,-</p> <p>Mulai dari Rp. 1000,-</p>

5. Mesin dan Peralatan Cahaya Net ⁶

a) Komputer

Ada 3 komputer spesifikasi khusus yang digunakan di C-Net agar pekerjaan dapat diselesaikan lebih cepat.

b) Printer Epson L1110

Mesin print Epson L1110 ini memiliki kualitas cetak yang bagus, kecepatan cetak yang tinggi serta memiliki tangki tinta yang bebas di isi terus menerus, namun printer seri ini hanya mampu untuk mencetak jenis kertas biasa seperti HVS, buffalo, maupun linen sehingga tidak bisa mencetak dengan jenis kertas lainnya seperti sticker vinyl, art paper, kertas transfer dan memiliki kecenderungan daya tahan hasil cetaknya tidak awet.

c) Printer Epson M200

Printer Epson M200 ini digunakan untuk berbagai kebutuhan yaitu cetak, scan, dan fotocopy dengan hasil warna *monochrome* (hitam putih). Jenis kertasnya yang dapat dicetak itu sama dengan printer L1110, namun memiliki daya tahan yang lebih tahan lama karena menggunakan tinta jenis pigmen.

d) Printer Epson L1300

Printer Epson L1300 ini mampu mencetak kertas ukuran A3/ A3+, jenis kertas cetaknya sama dengan printer Epson seri L1110 yang membedakan hanya ukuran cetaknya.

e) Printer Epson L1110 tinta khusus Art paper

Jenis media cetak yang dihasilkan lebih banyak selain kertas HVS, printer ini mampu mencetak jenis kertas Artpaper, Art Carton, Ivory, Vinyl, Linen bahkan bisa untuk mencetak dibahan PVC (*overlay*) dan tingkat ketahanan produk yang dihasilkan sangat bagus dan awet.

f) Printer Epson L310 tinta khusus Sublimasi

Printer ini hanya mampu mencetak dengan media kertas transfer paper yang menghasilkan

⁶ Faizal Azis, Wawancara dengan Pemilik Cahaya Net Kudus, 04 April 2022

produk produk pada digital sablon seperti mug, piring, mangkok, kaos/ kain.

g) Mesin Press Seri EF-01

Mesin press ini merupakan sablon digital dengan daya minim 900W yang berfungsi untuk mentransfer gambar atau tinta sublim yang telah dicetak ke media seperti kaos/ kain, sekaligus memberikan tekanan agar gambar dapat menempel pada kain. Di Cahaya Net mesin ini digunakan untuk mencetak kaos, totebag, goodie bag, paperbag, dan jenis kain lainnya .

h) Mesin Press Mug Seri EM-01

Mesin press mug ini digunakan untuk transfer gambar dengan tinta sublim. Di Cahaya Net mesin ini digunakan cetak mug, teko, yang sudah di coating.

i) Mesin laminating seri VT-330

Mesin laminating ini digunakan untuk melapisi dokumen penting agar tidak mudah rusak dengan menggunakan bahan plastik atau plastik berjenis film sehingga dokumen tersebut aman dan awet. Di Cahaya Net mesin ini selain digunakan untuk laminating, juga digunakan untuk membuat PVC *id card*.

j) Alat potong id card

Alat potong id card ini didesain untuk pengoperasian yang mudah dan tampilan menarik dan tanpa menggunakan listrik. Di Cahaya Net alat ini digunakan untuk pemotongan semua jenis kartu nama, kartu pvc, dan sertifikat vaksin.

6. Profil Informan Penelitian

Tabel 4.3 Infoman Penelitian Cahaya Net Kudus

Nama	Usia	Keterangan
Faizal Azis	29 Tahun	Pemilik Digital Printing Cahaya Net Kudus
Indra Rahman	23 Tahun	Karyawan bidang desain Cahaya Net Kudus
Shintya Rizki F.	20 Tahun	Admin/ Digital Marketer Cahaya Net Kudus
Alfina Damayanti	22 Tahun	Pelanggan Cahaya Net Kudus

Ivana May Sayla	21 Tahun	Pelanggan Cahaya Net Kudus
Susilo Ramadhan	27 Tahun	Pelanggan Cahaya Net Kudus

B. Deskripsi Data Penelitian

Data penelitian diperoleh dari beberapa informan yang terkait dalam penelitian yaitu pemilik usaha, karyawan, serta beberapa pelanggan dari Cahaya Net Kudus. Berdasarkan wawancara yang diperoleh peneliti mengenai Analisis *Service Excellent*, Produk, Serta strategi Pemasaran dalam meningkatkan penjualan pada Digital Printing Cahaya Net Kudus maka peneliti mendeskripsikan hasil wawancara sebagai berikut :

1. *Service Excellent* Yang Dilakukan Cahaya Net Dalam Meningkatkan Penjualan

Pelayanan prima berhubungan erat dengan suatu aktifitas bisnis. Pelayanan dalam hal ini mengutamakan jasa pelayanan dengan tujuan dapat memberikan kepuasan serta memenuhi harapan pelanggan sehingga mampu meningkatkan penjualan. Implementasi pelayanan prima yang dilakukan Cahaya Net Kudus melalui indikator kecepatan, ketepatan, keramahan, serta kenyamanan pelanggan dapat diuraikan sebagai berikut :

a) Kecepatan

Kecepatan merupakan pergerakan atau respon yang dilakukan karyawan yang berkaitan dengan waktu dalam melayani pelanggan. Indikator dari kecepatan pelayanan adalah seberapa cepat dan cekatannya pekerjaan dari karyawan dalam melayani pelanggan. Waktu pengerjaan yang sesuai dengan tingkat kesulitan suatu pekerjaan dapat menjadi salah satu tolak ukur dalam kecepatan pelayanan.⁷

Kecepatan dalam proses pengerjaan berdasarkan tingkat kesulitannya memang berbeda- beda. Dalam hal mendesain memang membutuhkan waktu agak lama, yakni seperti desain foto mug, kaos, banner, undangan. Hal itu dikarenakan ada proses mendesain dahulu yang memang di sesuaikan dengan keinginan

⁷ Ririn Kurniawati, “Pengaruh Ketelitian dan Kecepatan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan AHAS Galur Honda Motor”, *Skripsi Univ Negeri Yogyakarta*, (2018): 33

pelanggan dan apabila ada yang kurang harus diperbaiki sampai clear. Terkadang pelanggan kurang sabar dan ingin cepat dilayani tanpa mau antri.⁸

Dalam melayani pelanggan agar tidak kompal dan selesai dengan cepat, Bapak Faizal Azis selaku pemilik telah menyediakan tiga komputer, namun karena memang terbatasnya jumlah karyawan saat ini, jadi tidak begitu berfungsi dengan baik. Selain itu pemilik juga telah menyediakan nomor *WhatsApp* admin agar dapat melakukan pesanan secara online terlebih dahulu sehingga tidak perlu mengantri. Beliau juga mengatakan bahwa yang membedakan percetakannya dengan yang lain yaitu pesanan yang bisa ditunggu, seperti pembuatan mug, kaos, undangan, kartu nama, cetak vaksin dan sejenisnya yang kebanyakan dari percetakan lain harus indent. Meskipun memang membutuhkan waktu agak lebih karena melalui proses editing terlebih dahulu seperti menggunakan aplikasi *corel draw* maupun *photoshop* namun masih bisa diselesaikan dengan cepat. Untuk kegiatan cetak bisa dilakukan dengan cepat karena sudah disediakan beberapa mesin printer dengan kualitas mumpuni.⁹ Pelanggan mengeluhkan waktu yang cukup lama dalam menunggu antrian karena yang melayani hanya satu orang tiap shift nya.¹⁰

b) Ketepatan

Ketepatan merupakan suatu usaha yang dilakukan seseorang dalam melakukan pekerjaan dengan penuh teliti dan dengan tingkat keakuratan yang baik. Indikator dari ketepatan

⁸ Indra Rahman, Wawancara dengan Karyawan Cahaya Net Kudus, 04 April 2022

⁹ Faizal Azis, Wawancara dengan Pemilik Cahaya Net Kudus, 04 April 2022

¹⁰ Wawancara dengan pelanggan Cahaya Net Kudus, 06 April 2022

pelayanan adalah seberapa telitinya karyawan dalam melayani pekerjaan dari pelanggan.¹¹

Dalam mengerjakan pesanan pelanggan, sebelumnya karyawan akan bertanya dengan jelas mengenai pesanan tersebut dan kemudian ketika sudah jadi akan dilakukan pengecekan kembali. Apabila masih terdapat kesalahan yang memang kesalahan dari karyawan akan segera diperbaiki atau dilakukan pembuatan ulang.¹² Dalam hal ini pelanggan belum pernah kecewa atas hasil pengerjaannya, karena memang sudah sesuai yang diharapkan.¹³

Begitu pula pendapat menurut Bpk. Faizal Azis selaku pemilik Cahaya Net, mengatakan bahwa dalam proses pengerjaan pesanan pelanggan sudah dilakukan semampu dan seminimal mungkin terjadinya kesalahan sehingga tidak mengecewakan pelanggan, dan mengenai waktu pengerjaan pesanan akan diusahakan semaksimal mungkin sesuai kesepakatan awal.¹⁴

c) Keramahan

Keramahan adalah salah satu sifat manusia yang sangat dibutuhkan dalam menghadapi pelanggan. Menurut Handi Irawan, salah satu aspek kualitas pelayanan yang paling mudah diukur yaitu keramahan. Ramah berarti banyak senyum dan bersikap sopan.¹⁵

Dalam hal ini karyawan dan pemilik Cahaya Net sudah mengupayakan untuk selalu menerapkan 3S yaitu senyum, salam, sapa dalam menyambut tiap konsumen yang datang, kemudian mempersilahkan konsumen untuk

¹¹ Ririn Kurniawati, “Pengaruh Ketelitian dan Kecepatan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan AHAS Galur Honda Motor”, 24

¹² Shintya Rizki, Wawancara dengan Karyawan Cahaya Net Kudus, 04 April 2022

¹³ Hasil Wawancara dengan Ketiga Pelanggan Cahaya Net Kudus.

¹⁴ Faizal Azis, Wawancara dengan Pemilik Cahaya Net Kudus, 04 April 2022

¹⁵ Handi Irawan, *10 Prinsip Kepuasan pelanggan*, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2002), 69

menunggu antrian di tempat duduk yang telah disediakan. Meskipun memang karakteristik dari tiap konsumen berbeda beda, seperti ada yang kurang sabar dalam menunggu antrian, permintaan konsumen yang ribet, namun disini tetap professional dan melayani secara ramah.¹⁶

Meskipun antrian agak banyak, namun karyawan disini masih tetap profesional dalam melayani permintaan pelanggan yang beragam dan sabar dalam menghadapi keluhan pelanggan.¹⁷

d) Kenyamanan

Kenyamanan pelayanan dapat ditinjau dari beberapa dimensi yaitu kenyamanan dalam mengakses layanan, kenyamanan untuk mendapat manfaat inti dari jasa, dan kenyamanan pasca penyampaian layanan.

Kenyamanan merupakan suatu hal penting yang diberikan untuk mendapat nilai *plus* dari pelanggan sehingga kembali lagi menggunakan jasanya. Bapak Faizal Azis selaku pemilik mengatakan bahwa "*kepuasan pelanggan merupakan prioritas kami.*"¹⁸ Dengan begitu, pemilik Cahaya Net telah memberikan fasilitas yang nyaman untuk pelanggan seperti adanya AC, tempat duduk yang memadai, ruangan yang bersih dan harum, serta hiasan dinding maupun pot bunga yang menambah seni ruangan. Selain itu karyawan yang berpenampilan rapi agar nyaman dilihat oleh pelanggan.

Fasilitas yang diberikan Cahaya Net belum sepenuhnya memberikan kenyamanan pada pelanggan. Temperature ruang yang dirasakan masih lumayan panas, karena kurang

¹⁶ Faizal Azis, Wawancara dengan Pemilik Cahaya Net Kudus, 04 April 2022

¹⁷ Susilo Ramadhan, Wawancara dengan Pelanggan Cahaya Net Kudus, 07 April 2022

¹⁸ Faizal Azis, Wawancara dengan Pemilik Cahaya Net Kudus, 04 April 2022

terasanya AC ruangan dan tidak adanya ventilasi sama sekali menyebabkan pelanggan kelelahan dalam menunggu antrian.¹⁹

2. Kualitas Produk Yang Dihasilkan Cahaya Net Dalam Meningkatkan Penjualan

Dalam menghadapi persaingan sekarang, produk harus dijaga kualitasnya agar memiliki daya jual yang tinggi dan terkenal baik dimata konsumen. Kualitas produk merupakan sebuah tingkatan dari produk yang mampu melaksanakan fungsi-fungsinya semaksimal mungkin. Fungsi yang dimaksud antara lain kehandalan, daya tahan produk, serta kesesuaian produk dengan spesifikasi. Implementasi kualitas produk yang dihasilkan Cahaya Net Kudus adalah:

a) Kehandalan

Kehandalan produk yang dihasilkan Cahaya Net melalui mesin dan peralatan tersebut sudah berjalan sesuai fungsi masing-masing. Seperti pada proses print dokumen biasa, berarti menggunakan print Epson L1110 dan Epson L1300, pembuatan mug berarti menggunakan Printer Epson L310 tinta khusus sublimasi yang kemudian ditransfer dengan media panas menggunakan mesin mug seri EM-01.²⁰

b) Daya Tahan

Daya tahan produk untuk produk jenis printing seperti cetak dokumen, foto itu menyesuaikan standar mesin, sedangkan untuk jenis produk berbasis sablon atau media jangka panjang seperti kaos, gelas, daya tahan produknya sesuai usia produk. “Misalnya produk mug, kami menggunakan sablon digital dengan tinta sublimasi, jadi meskipun dicuci terus menerus sablonannya masih awet dan tidak mudah hilang.”²¹

c) Kesesuaian dengan spesifikasi

¹⁹ Ivana May Sayla, Wawancara dengan pelanggan Cahaya Net Kudus, 06 April 2020

²⁰ Faizal Azis, Wawancara dengan pemilik Cahaya Net Kudus, 04 April 2020

²¹ Faizal Azis, Wawancara dengan pemilik Cahaya Net Kudus, 04 April 2022

Mengenai kesesuaian dengan spesifikasi, produk yang diminta akan sama dengan yang diterima. Karena sebelum pembuatan sudah ada konfirmasi antara pihak karyawan dengan pelanggan.²²

Pelanggan mengatakan suka dengan hasil cetak maupun produk yang diberikan Cahaya Net, selain harganya murah kualitasnya juga baik dan sudah sesuai dengan permintaan pelanggan.

3. Strategi Pemasaran Yang Digunakan Cahaya Net Dalam Meningkatkan Penjualan

Pemasaran merupakan kegiatan utama yang wajib dipahami dalam upaya untuk memperkenalkan dan mempertahankan kelangsungan usahanya kedepan agar selalu berkembang dan mendapatkan laba yang optimal. Dalam pemasaran terdapat strategi pemasaran yang disebut dengan bauran pemasaran (*Marketing Mix*) yang memiliki peranan penting dalam mempengaruhi konsumen untuk pembelian suatu produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan. Hal ini terdapat dalam konsep *4P* yaitu :

a) Produk (*product*)

Ada beberapa jenis produk di Cahaya Net, antara lain produk printing seperti cetak dokumen, foto, sticker, kalender, amplop, undangan, kemudian ada produk sablon digital seperti pembuatan mug, totebag, kaos custom. Selain itu, Cahaya Net juga melayani pembuatan produk DIY (*Do It Yourself*) seperti lampu hias custom, *explosion box*, bucket bunga, snack maupun uang. Hal ini yang membedakan dengan percetakan lainnya.²³

Strategi yang digunakan dalam memperkenalkan produk yaitu dengan mencantumkan logo usaha Cahaya Net misalnya di bagian pinggir bawah undangan, selain itu untuk pesanan produk seperti mug, bucket, yasin, kaos, dan lain-lain diberi sticker yang berisi logo serta nomor telepon Cahaya Net agar dapat lebih dikenal banyak orang.

²² Shintya Rizki, Wawancara Dengan Karyawan Cahaya Net Kudus, 04 april 2022

²³ Faizal Azis, Wawancara Dengan Pemilik Cahaya Net Kudus, 04 april 2022

Mengenai produk yang saat ini penjualannya mengalami peningkatan yaitu produk mug dan undangan. Karena bulan ini musimnya wisuda dan musim pernikahan, jadi kedua produk ini penjualannya meningkat. Dengan harga undangan yang terjangkau yakni mulai Rp. 1000,-,an pelanggan sudah bisa mendapatkannya dan bisa request sesuai keinginan. Selain itu, dengan harga Rp. 22.000,-, pelanggan sudah bisa mendapat mug dan dapat di custom sesuai keinginan. Biasanya mug ini dipesan untuk digunakan sebagai souvenir, kado pernikahan, dan kado wisuda.²⁴

Sedangkan dalam situasi harian penjualan produk maupun jasa, Cahaya Net terbilang stabil dan bagus²⁵. Seperti pembuatan makalah anak sekolah maupun pendaftaran online penerimaan siswa/mahasiswa baru yang kebanyakan mengandalkan jasa dari operator Cahaya Net.

Jasa printing online yang merupakan bagian dari fasilitas dan inovasi Cahaya Net juga tak luput menjadi nilai tambah karena pelanggan tinggal kirim dan ambil setelah konfirmasi selesai dan transaksi dapat dilakukan melalui pembayaran transfer maupun offline.

b) Harga (*price*)

Mengenai penentuan harga, harga produk di Cahaya Net ditentukan dari harga bahan bakunya, kemudian di pertimbangkan dengan jasanya, dan disesuaikan dengan standar pasar. Untuk percetakan lain yang menawarkan harga lebih murah, pemilik Cahaya Net tidak terkecoh karena harga yang ditetapkan sudah disesuaikan dengan kualitas produknya. Strategi harga yang digunakan dalam menarik perhatian pelanggan yaitu memberi diskon dengan minimal pembelian, menjual dengan harga

²⁴ Faizal Azis, Wawancara dengan Pemilik Cahaya Net Kudus, 04 April 2022

²⁵ Faizal Azis, Wawancara dengan Pemilik Cahaya Net Kudus, 04 April 2022

paket yang lebih murah, misalnya harga mug Rp.32.000,- *free* totebag dan *free* desain.²⁶

Dan ada juga produk yang memberlakukan harga dibawah pasaran dengan Kuantitas tertentu. Misalnya harga cetak slamir undangan yang dalam patokan daftar harga di Rp. 1.000/Pcs, namun dalam pembelian jumlah diatas 500 pcs, mendapat harga Rp. 800/Pcs²⁷. Ini merupakan upaya dalam strategi penjualan Cahaya Net

Harga yang diberikan oleh pemilik dan karyawan akan sama karena karyawan disini memberikan harga sesuai dengan daftar harga yang sudah ditetapkan pemilik mengenai harga suatu produk maupun harga jasa pembuatannya. Sehingga karyawan tidak memberi patokan harga secara asal.²⁸

Menurut pelanggan, harga di Cahaya Net terjangkau, dan ada yang mengatakan lebih murah berdasarkan pengalaman pelanggan di percetakan lain, padahal kualitas yang dihasilkan bagus.²⁹

c) Tempat (*place*)

Mengenai lokasi yang dipilih untuk dijadikan digital printing Cahaya Net, lokasinya ini berada di daerah Kaliwungu Kudus dan dekat dengan area sekolahan yaitu SD 1 Karangampel, SMP 1 Kaliwungu, SMP 2 Kaliwungu, SMK PGRI 2 Kudus, SMK Ma'arif, SMK Muhammadiyah dan lain-lain. Target sarannya yaitu anak sekolah dan masyarakat sekitar sehingga tidak menutup kemungkinan bahwa dalam pengerjaan tugas, cetak tugas sekolah dan lain lain, mereka akan datang ke Cahaya Net.³⁰

d) Promosi (*promotion*)

²⁶ Faizal Azis, Wawancara dengan Pemilik Cahaya Net Kudus, 04 April 2022

²⁷ Faizal Azis, Wawancara dengan Pemilik Cahaya Net Kudus, 04 April 2022

²⁸ Indra Rahman, Wawancara dengan Karyawan Cahaya Net Kudus, 04 April 2022

²⁹ Hasil Wawancara dengan ketiga pelanggan Cahaya Net kudus.

³⁰ Faizal Azis, Wawancara dengan Pemilik Cahaya Net Kudus, 04 April 2022

Promosi yang dilakukan Cahaya Net saat ini yaitu melalui sosial media seperti story *WhatsApp*, postingan *Facebook*, *Instagram*, *TikTok*, kemudian melakukan penawaran langsung pada pelanggan yang datang, penyediaan sampel produk di rak, memberi potongan harga tiap pembelian tertentu. Untuk pengaruhnya terhadap penjualan memang berpengaruh dibanding sebelum melakukan promosi. Meskipun tidak signifikan, namun pesanan produk bisa meningkat dari biasanya.³¹

Hal ini sependapat dengan pemilik Cahaya Net, beliau mengatakan bahwa dulu promosi yang dilakukan hanya melalui story WA dan memberikan informasi kepada pelanggan yang datang saja ke lokasi sehingga cakupannya terbatas.

Berikut Tabel 4.4 Penjualan Produk Cahaya Net

No	Jenis Penjualan	Desember 2021	Januari 2022	Februari 2022	Maret 2022	April 2022	
1	Produk (Jumlah Penjualan)	Mug	4	15	17	38	52
		Kaos	2	5	8	9	15
		Totebag	5	9	12	14	17
		Pigura	14	25	27	34	75
		Amplop	5	15	7	21	28
	Undangan	150	-	-	250	780	
	Yasin	-	-	50	100	180	
2	Jasa (Penghasilan)	Cetak Dokumen	5.715.000	5.255.000	7.368.000	7.590.000	8.180.000
		Cetak Foto	2.080.000	1.364.000	2.100.000	1.889.000	1.678.000

³¹ Shintya Rizki, Wawancara dengan Karyawan Cahaya Net Kudus, 04 April 2022

	Pengetikan	178.00 0	270.00 0	315.00 0	106.00 0	144.00 0
	Penjilidan	250.00 0	165.00 0	158.00 0	114.00 0	105.00 0
	Scanning	340.00 0	236.00 0	122.00 0	56.000	180.00 0
	Desain, dll	637.00 0	1.380. 000	1.045.0 00	480.00 0	1.038.0 00
	Penghasilan Jasa perbulan	9.200. 000	8.670. 000	11.108. 000	10.235. 000	11.325. 000

Berdasarkan table diatas dapat dilihat peningkatan penjualan produk, meskipun tidak signifikan namun bisa meningkat tiap bulannya. Untuk produk jasa masih mengalami fluktuasi dan tidak bisa dipastikan pendapatannya tiap bulan akan meningkat terus, namun penghasilan saat ini terhitung bagus dan stabil.³²

C. Analisis Data Penelitian

1. Analisis Service Excellent Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Digital Printing Cahaya Net Kudus

Pelayanan prima merupakan bentuk kepedulian pada konsumen dengan memberikan layanan terbaik dalam memfasilitasi kemudahan kebutuhan konsumen dan mewujudkan kepuasannya agar mereka menjadi loyal pada perusahaan.³³ Memberikan pelayanan secara prima itu berarti memberikan pelayanan secara totalitas yang dilakukan seluruh karyawan secara sadar, terpadu dan konsisten dengan mengacu pada standar kualitas pelayanan setinggi-tingginya dalam memenuhi kebutuhan pelanggan.

Cahaya Net merupakan suatu usaha dibidang jasa yang melayani percetakan. Usaha yang bergerak dibidang jasa tentunya akan mengutamakan kepuasan pelanggan sehingga pelanggan tetap menggunakan jasanya pada pembelian berikutnya. Karena persaingan usaha sejenis yang semakin menjamur, maka pemilik usaha harus memikirkan usahanya

³² Faizal Azis, Wawancara dengan Pemilik Cahaya Net Kudus, 04 April 2022

³³ Atep Adya Barata, *Dasar dasar Pelayanan Prima*, (Jakarta : PT Elex Media Komputindo 2003), 27

kedepan agar tetap meningkatkan penjualan. melalui pelayanan yang diharapkan pelanggan.

Menurut Tjiptono, pelayanan prima yang dapat mempengaruhi pelanggan dipengaruhi oleh empat (4) unsur pokok yaitu : kecepatan, ketepatan, keramahan dan kenyamanan.³⁴ Hasil analisis kualitatif terhadap masing-masing indikator pelayanan prima yang dilakukan Cahaya Net, dapat diuraikan sebagai berikut:

a) Kecepatan

Kecepatan dalam pelayanan mencakup dua hal. Pertama mengenai respon karyawan dalam melayani pelanggan, kedua kesesuaian waktu dalam proses pengerjaan pesanan pelanggan yang berbeda tingkat kesulitannya. Aspek yang digunakan dalam pengukuran kecepatan pelayanan yaitu waktu pengerjaan, lama waktu tunggu, dan sikap karyawan dalam bekerja.³⁵

Pemilik Cahaya Net telah menyediakan beberapa komputer dan peralatan cetak yang memadai agar pengerjaan pesanan bisa cepat selesai. Dalam hal ini, kecepatan pengerjaan tidak bisa disama ratakan karena tingkat kesulitan yang berbeda- beda.³⁶ Berdasarkan observasi penulis, waktu pengerjaan yang diberikan karyawan dalam melayani pelanggan berbeda- beda. Untuk jasa print dokumen dan sejenisnya memang membutuhkan waktu yang singkat, namun untuk jasa desain membutuhkan waktu antara 10- 15 menit. Lama waktu tunggu di Cahaya Net tidak dibatasi sehingga menyebabkan antrian lama karena yang melayani hanya satu orang tiap shiftnya. Namun di sisi lain, sikap karyawan dalam bekerja selalu cekatan dalam merespon

³⁴ Martono, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Pengguna Kolam Renang UNY Kampus Wates," *Jurnal Medikora*, Vol. XVIII No.1 (April,2019): 29

³⁵ Ririn Kurniawati, "Pengaruh Ketelitian Dan Kecepatan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan AHASS Galur Honda Motor," *Skripsi Universitas Negeri Yogyakarta*, (2018): 33

³⁶ Faizal Azis, Wawancara dengan Pemilik Cahaya Net Kudus, 04 April 2022

pesanan pelanggan dan tetap ramah dalam melayani.³⁷

Berdasarkan data wawancara dan observasi penulis, dapat di analisis bahwa kecepatan pelayanan yang di lakukan Cahaya Net sudah baik. Hal ini terlihat dari respon karyawan yang selalu cekatan dalam melayani pelanggan, namun dalam proses pengerjaan desain kecepatannya masih kurang optimal karena terkendala pada keterbatasan karyawan.

b) Ketepatan

Ketepatan merupakan suatu usaha yang dilakukan seseorang dalam melakukan pekerjaan dengan penuh teliti dan dengan tingkat keakuratan yang baik. Indikator dari ketepatan pelayanan adalah seberapa telitinya karyawan dalam melayani pekerjaan dari pelanggan.³⁸

Dalam mengerjakan pesanan pelanggan, sebelumnya karyawan Cahaya Net akan bertanya dahulu mengenai kejelasan pesanan untuk meminimalisir kekeliruan. Setelah itu melakukan pengecekan kembali sebelum produk dicetak agar hasilnya sesuai dengan yang dipesan pelanggan. Apabila memang masih terjadi kesalahan atau keluhan pelanggan, maka karyawan akan bertanggung jawab terhadap hal tersebut.³⁹ Berdasarkan observasi penulis, karyawan Cahaya Net memang sudah teliti dan professional dalam melayani pesanan pelanggan. Hal ini didukung juga oleh hasil wawancara penulis dengan beberapa pelanggan bahwa mereka belum pernah kecewa atas hasilnya karena sudah sesuai dengan permintaan pelanggan.⁴⁰

Berdasarkan data wawancara dan observasi penulis, dapat dianalisis bahwa ketepatan karyawan

³⁷ Hasil Observasi Penulis di Cahaya Net Kudus, 12 April 2022

³⁸ Ririn Kurniawati, "Pengaruh Ketelitian dan Kecepatan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan AHAS Galur Honda Motor", 24

³⁹ Faizal Azis, Wawancara dengan Pemilik Cahaya Net Kudus, 04 April 2022

⁴⁰ Hasil Wawancara Penulis dengan Ketiga Pelanggan Cahaya Net Kudus.

Cahaya Net dalam mengerjakan pesanan pelanggan sangat baik. Hal ini memang penting dilakukan untuk meminimalisir kekeliruan dan kekecewaan pelanggan.

c) Keramahan

Keramahan merupakan salah satu faktor yang diperlukan untuk menciptakan hubungan atau kerjasama yang baik dengan pelanggan. Selain itu keramahan juga salah satu bentuk personalisasi yang akan membuat pelanggan merasa akrab, senang, dan membangun kedekatan dengan pelanggan.⁴¹

Pemilik dan karyawan Cahaya Net sudah mengupayakan pelayanan yang ramah terhadap pelanggannya yaitu dengan menerapkan 3S yaitu senyum, salam, sapa dalam menyambut pelanggan. Dengan menunjukkan sikap dan perilaku yang ramah, diharapkan pelanggan dapat merasakan kepuasan datang ke Cahaya Net.⁴²

Berdasarkan observasi penulis, pemilik dan karyawan Cahaya Net memang ramah terhadap pelanggan. Hal tersebut dapat dilihat dari sikap karyawan yang menyapa tiap pelanggan yang datang sehingga membangun keakraban antar pelanggan dengan karyawan.⁴³ Hal ini juga didukung dengan hasil wawancara penulis dengan pelanggan bahwa karyawan di Cahaya Net ramah dan professional dalam melayani.⁴⁴

Berdasarkan data wawancara dan observasi penulis, dapat dianalisis bahwa keramahan yang diberikan Cahaya Net kepada pelanggan sudah baik. Untuk terus membangun hubungan yang baik dengan pelanggan, sebaiknya disediakan kotak saran untuk menampung keluhan kesah pelanggan sebagai evaluasi

⁴¹ Ni Made Angraini, *Pengaruh Waktu Tunggu, Keramahan Petugas Dan Kompetensi Petugas Terhadap Kepuasan Pelanggan UPTD Puskesmas II Negara*, Univ Terbuka Denpasar, Vol. 1 Issue 2 (2021): 229 <http://dinastirev.org/JIHP>

⁴² Faizal Azis, Wawancara dengan Pemilik Cahaya Net Kudus, 04 April 2022

⁴³ Hasil Observasi Penulis di Cahaya Net Kudus, 12 April 2022

⁴⁴ Alfina Damayanti, Wawancara dengan pelanggan Cahaya Net Kudus, 6 April 2022

kedepannya. Karena karakteristik pelanggan yang berbeda- beda, maka akan berbeda pula dalam pengukuran tingkat kepuasannya.

d) Kenyamanan

Kenyamanan merupakan suatu keadaan telah terpenuhinya kebutuhan dasar manusia yaitu kebutuhan akan ketentraman, kelegaan (kebutuhan telah terpenuhi), dan transenden (keadaan tentang suatu yang lebih). Indikator dalam kenyamanan pelayanan yaitu ruangan yang nyaman, suasana lingkungan, dan kebersihan.⁴⁵

Pemilik Cahaya Net dalam memfasilitasi pelanggan agar merasa nyaman yaitu dengan menyediakan AC, tempat duduk yang memadai, ruangan yang bersih dan harum, hiasan dinding maupun pot bunga yang menambah seni ruangan, serta lahan parkir yang luas.⁴⁶

Berdasarkan observasi penulis, ruangan Cahaya Net terlihat rapi dan bersih. Selain itu ada hiasan dinding maupun pot bunga yang menambah seni ruangan, suasananya tenang dan tidak bising karena ruangannya tertutup. Temperatur didalam Cahaya Net masih terasa panas sehingga hal tersebut dapat membuat kelelahan pelanggan. Hal ini dikarenakan tidak ada ventilasi apapun dan AC nya juga kurang terasa.

Berdasarkan data wawancara dan observasi penulis, dapat dianalisis bahwa kenyamanan yang diberikan Cahaya Net sudah baik. Hal ini terlihat dari fasilitas yang diberikan Cahaya Net seperti tempat duduk yang memadai, ruangan yang bersih dan harum, penerangan yang cukup, lahan parkir yang luas, hiasan dinding maupun pot bunga yang menambah seni ruangan, serta karyawan yang berpenampilan rapi menambah kenyamanan dalam penglihatan pelanggan. Hanya saja perlu

⁴⁵ Salsabila Tyas Pradipta, dkk., Analisis Pengaruh Kenyamanan, Ketersediaan, dan Keamanan Pelayanan Kampus Terhadap Kepuasan Mahasiswa UPN Veteran Jakarta, *Seminar dan Konferensi Nasional IDEC*, (Surakarta 2018): 2

⁴⁶ Faizal Azis, Wawancara dengan Pemilik Cahaya Net Kudus, 04 April 2022.

ditambahkan pendingin ruangan/ AC agar pelanggan semakin merasa nyaman.

Pengukuran kepuasan pelayanan dilakukan penulis berdasarkan wawancara dengan ketiga pelanggan bahwa mereka mengatakan lumayan puas atas pelayanan yang diberikan Cahaya Net dan mau menggunakan lagi jasanya serta bersedia merekomendasikan ke teman ataupun kerabat. Analisis penulis berdasarkan wawancara dan observasi yang dilakukan agar Cahaya Net lebih baik kedepannya yaitu: 1) penambahan karyawan lagi yang ahli sesuai bidangnya agar lebih cepat dalam melayani pelanggan serta menerima pesanan yang lebih banyak; 2) tersedianya kotak saran yang dapat diisi keluh kesah pelanggan agar dapat dijadikan evaluasi perbaikan; 3) temperature yang disesuaikan dengan suhu ruang agar tercipta suasana yang nyaman.

Pelayanan yang baik tentunya akan memberikan kepuasan terhadap pelanggan dan juga akan berdampak pada peningkatan penjualan. Karena dalam hal ini, pelanggan dikatakan memiliki makna ekonomi dan dianggap sebagai kunci dalam meraih keuntungan sehingga hal tersebut dapat memaksimalkan laba perusahaan.⁴⁷

2. Analisis Produk Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Digital Printing Cahaya Net Kudus

Produk merupakan bagian dari usaha untuk meningkatkan penjualan sekaligus sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen. Tujuan utama dari produk yaitu menjadi produk yang memuaskan pasar sasaran dan mencapai tujuan organisasi perusahaan.

Agar produk tetap diminati pelanggan dan bisa bersaing dipasaran, maka produk tersebut harus memiliki kualitas yang dapat memuaskan pelanggan. Menurut Tjiptono, kualitas suatu produk baik berupa barang atau jasa ditentukan melalui dimensi- dimensinya.⁴⁸ Hasil dan analisis kualitatif terhadap beberapa indikator dari dimensi produk yang digunakan peneliti yaitu meliputi :

- a) Keandalan (*Reliability*), berhubungan dengan seberapa mungkin produk tersebut dapat

⁴⁷ Nina Rahmayanty, *Manajemen Pelayanan Prima*, (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2013), 3

⁴⁸ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran Edisi 3* (Yogyakarta : Andi Offset, 2008), 25-26

memberikan kepuasan, dan bagaimana produk berjalan sesuai fungsinya.

Implementasi kehandalan produk Cahaya Net sudah berjalan sesuai fungsi dari masing-masing mesin dan peralatannya. Mesin printer di Cahaya Net sudah terbagi menurut kegunaannya sehingga produk yang dihasilkan akan sesuai.⁴⁹ Berdasarkan observasi penulis, mesin dan peralatan di Cahaya Net memang beragam dan sudah disesuaikan dengan fungsinya masing-masing. Seperti halnya mesin print Epson L1110 digunakan untuk cetak warna, sedangkan mesin printer Epson M200 untuk cetak kertas hitam putih. Mesin press seri EF-01 digunakan untuk mencetak kaos, totebag, sedangkan mesin press seri EM-01 untuk mencetak mug, teko.⁵⁰

Berdasarkan data wawancara dan observasi penulis, dapat dianalisis bahwa produk yang dihasilkan Cahaya Net memiliki kehandalan. Hal ini terlihat dari mesin dan peralatan yang digunakan sudah sesuai fungsinya masing-masing.

- b) Daya Tahan (*Durability*), berhubungan dengan usia produk tersebut saat digunakan. Apabila penggunaan dilakukan terus menerus, maka daya tahan suatu barang akan berkurang.

Daya tahan produk yang dihasilkan Cahaya Net menyesuaikan usia produk. Agar produk yang dihasilkan memiliki daya tahan yang tinggi, Cahaya Net menggunakan tinta sablon sublimasi dalam pembuatan sablon digital yang berarti daya tahan sablonnya akan awet menyesuaikan umur dari gelas (mug) tersebut.⁵¹ Berdasarkan observasi penulis, untuk produk printing daya tahannya standar menyesuaikan kertasnya, untuk sablon produk kaos dan totebag hasilnya kurang bagus, warnanya kurang tajam sehingga lama kelamaan akan pudar dengan sendirinya. Bahan dari kaos nya sendiri juga tipis

⁴⁹ Faizal Azis, Wawancara dengan Pemilik Cahaya Net Kudus, 04 April 2022

⁵⁰ Hasil Observasi Penulis di Cahaya Net Kudus, 12 April 2022

⁵¹ Faizal Azis, Wawancara dengan Pemilik Cahaya Net Kudus, 04 April 2022

sehingga mempengaruhi usia produk apabila di cuci terus menerus. Untuk produk mug memang sablonnya bagus, meskipun di cuci dan digosok terus menerus warnanya tidak pudar.⁵²

Berdasarkan data wawancara dan observasi penulis, dapat dianalisis bahwa tidak semua produk yang dihasilkan Cahaya Net memiliki daya tahan yang awet. Untuk itu, agar produk memiliki daya tahan yang awet sebaiknya tetap memperhatikan kualitas dari bahan yang digunakan.

- c) Kesesuaian dengan spesifikasi (*Conformance to specification*), berhubungan dengan kesamaan dan kesesuaian antara barang yang diminta dan yang diterima.

Mengenai kesesuaian produk dengan spesifikasi, Cahaya Net dapat memastikan bahwa barang yang dipesan akan sama dengan yang diterima, karena sebelum pembuatan sudah ada konfirmasi antara pihak karyawan dengan pelanggan.⁵³ Berdasarkan observasi penulis, produk yang dihasilkan sudah sesuai dengan permintaan pelanggan. Karyawan benar-benar teliti dalam mengerjakan pesanan. Hal ini didukung juga oleh hasil wawancara penulis dengan beberapa pelanggan bahwa mereka mengatakan produk yang dihasilkan sudah tepat sesuai permintaan.⁵⁴

Berdasarkan data wawancara dan observasi penulis, dapat dianalisis bahwa produk yang dihasilkan Cahaya Net sudah sesuai spesifikasi atau sudah sesuai dengan yang dipesan pelanggan. Hal ini terlihat dari ketelitian serta tanggung jawab karyawan dalam pengecekan produk yang dihasilkan.

Pengukuran kepuasan atas produk Cahaya Net dilakukan penulis berdasarkan wawancara dengan ketiga pelanggan dan mereka mengatakan puas atas produk yang dihasilkan dan mau menggunakan lagi jasanya serta bersedia merekomendasikan ke teman ataupun kerabat.

⁵² Hasil Observasi Penulis di Cahaya Net Kudus, 12 April 2022

⁵³ Indra Rahman, Wawancara dengan Karyawan Cahaya Net Kudus, 04 April 2022

⁵⁴ Hasil Wawancara Penulis dengan Ketiga Pelanggan Cahaya Net Kudus.

Analisis penulis berdasarkan wawancara dan observasi mengenai kualitas produk yang dihasilkan, produk sudah dapat memberikan kepuasan, produk sudah sesuai dengan spesifikasi, namun produk yang dihasilkan tidak semua memiliki daya tahan yang awet. Dalam hal ini sebaiknya kualitas produk tetap dipertahankan sehingga kepercayaan pelanggan tetap terjaga dan tetap memberikan kepuasan.

Menurut Jill Griffin, bentuk kepercayaan konsumen jika dikaitkan dengan perilaku pembelian produk adalah:⁵⁵

- a. Melakukan pembelian ulang secara teratur.
- b. Melakukan referensi kepada orang lain.
- c. Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan pesaing.

Hal itulah yang menjadikan pangsa pasar semakin meluas sehingga dapat menunjang pertumbuhan perusahaan.⁵⁶

3. Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Digital Printing Cahaya Net Kudus

Strategi pemasaran merupakan proses perencanaan perusahaan dalam memperkenalkan dan menawarkan produk atau jasanya ke pasar untuk mencapai tujuan dengan risiko yang dapat diminimalkan. Strategi pemasaran memiliki tiga komponen yaitu: *segmentasi*, *targeting*, dan *positioning*.

a) Segmentasi

Menurut Rhenald Kasali, segmentasi adalah proses mengelompokkan pasar keseluruhan yang heterogen menjadi kelompok yang memiliki kesamaan kebutuhan atau kesamaan karakter yang memiliki respon yang sama dalam membelanjakan uangnya.⁵⁷ Jadi, segmentasi pasar ialah perusahaan membagi beberapa segmen pasar menurut kelompok pasar tertentu. Terdapat tiga variable utama dalam melakukan segmentasi pasar :

⁵⁵ Maulidah Agustina, "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan", *Skripsi Univ Sunan Ampel Surabaya*, (2016): 29

⁵⁶ Setiawan Tri Saputra, dkk, "Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Iphone," *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol.50 No.6 (September 2017): 89

⁵⁷ Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, (Jakarta Kencana, 2018), 56

1) Segmentasi geografis/ wilayah

Digital printing Cahaya Net dalam menentukan segmentasi geografis atau berdasarkan wilayah lebih memfokuskan di daerah Kaliwungu karena dekat dengan area sekolahan dan belum banyak digital printing yang ada.⁵⁸ Berdasarkan observasi penulis, Cahaya Net ini lokasinya memang mudah dijangkau oleh beberapa sekolahan yaitu: SD 1 Karangampel, Mts Al- Furqon, SMP 1 Kaliwungu, SMP 2 Kaliwungu, SMA 1 PGRI, SMK PGRI 2 Kudus, SMK NU Ma'arif, SMK Muhammadiyah Kudus. Berbeda dengan dulu, digital printing saat ini semakin banyak di area dekat sekolahan tersebut sehingga pemilik harus bisa menawarkan kelebihan dari percetakannya agar tetap diminati pelanggan.⁵⁹

Berdasarkan data wawancara dan observasi penulis, dapat dianalisis bahwa segmentasi geografis yang dilakukan pemilik Cahaya Net sudah baik, yaitu dengan mencari area yang dekat dengan sekolahan. Hal ini baik dilakukan karena tidak menutup kemungkinan bahwa anak sekolahan akan datang ke Cahaya Net dalam mengerjakan tugas sekolahnya.

2) Segmentasi Demografis

Segmentasi Demografis artinya membagi pasar berdasarkan umur, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan dan lain-lain. Cahaya Net membidik dari semua variable tersebut. Mulai dari anak-anak, dewasa, bapak-bapak, ibu-ibu, laki-laki dan perempuan.⁶⁰ Berdasarkan observasi penulis, pelanggan yang datang di Cahaya Net

⁵⁸ Faizal Azis, Wawancara dengan Pemilik Cahaya Net Kudus, 04 April 2022

⁵⁹ Hasil Observasi Penulis di Cahaya Net Kudus, 05 April 2022

⁶⁰ Faizal Azis, Wawancara dengan Pemilik Cahaya Net Kudus, 04 April 2022

memang berbeda- beda kalangan umurnya. Ada anak sekolahan mulai SD hingga SMA, anak kuliah, guru, karyawan pabrik, serta masyarakat sekitar.⁶¹

Berdasarkan data wawancara dan observasi penulis, dapat dianalisis bahwa segmentasi demografis di Cahaya Net tidak dibeda-bedakan. Semua kalangan bisa datang ke Cahaya Net tanpa membidik umur, pekerjaan, maupun jenis kelamin.

3) Segmentasi Psikografis

Segmentasi Psikografis yaitu membagi pembeli menjadi kelompok yang berbeda berdasarkan karakteristik kelas sosial, gaya hidup dan kepribadian. Cahaya Net lebih fokus pada kelas sosial menengah kebawah karena lokasinya yang berada didaerah perdesaan dan mayoritas penduduk berpenghasilan menengah kebawah.⁶²

b) *Targeting*

Setelah melakukan segmentasi, perusahaan selanjutnya melakukan penulisan segmen yang sesuai tujuan atau disebut juga sesuai target agar upaya yang dilakukan perusahaan berjalan tepat.⁶³ Yang menjadi target utama pemilik yaitu anak sekolah dan masyarakat sekitar.⁶⁴

c) *Positioning*

Positioning merupakan cara perusahaan dalam menempatkan produk yang mempunyai ciri khas untuk membedakan dengan produk lain agar mempunyai kesan tertentu diingatan konsumen sehingga mudah diingat. Dalam hal ini Cahaya Net memiliki keunikan tersendiri dengan produk- produk DIY nya seperti lampu hias, bucket uang atau bunga,

⁶¹ Hasil Observasi Penulis di Cahaya Net Kudus, 12 April 2022

⁶² Faizal Azis, Wawancara dengan Pemilik Cahaya Net Kudus, 04 April 2022

⁶³ Nembah Hartimbul Grinting, *Manajemen Pemasaran*, (Bandung: Yrama Widya, 2011), 293

⁶⁴ Faizal Azis, Wawancara dengan Pemilik Cahaya Net Kudus, 04 April 2022

explosion box, dan lain-lain.⁶⁵ Berdasarkan observasi penulis, Cahaya Net ini memang mempunyai keunikan dalam menginovasi produknya. Beberapa percetakan lain yang pernah penulis datangi belum ada yang melayani DIY seperti pembuatan lampu hias custom, aneka bucket, *explosion box* dan sejenisnya.⁶⁶

Selain tiga teori strategi pemasaran diatas, dalam pemasaran terdapat strategi pemasaran yang disebut dengan bauran pemasaran (*Marketing Mix*) yang memiliki peranan penting dalam mempengaruhi konsumen untuk pembelian suatu produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan. Menurut Kotler dan Amstrong, bauran pemasaran merupakan alat pemasaran yang baik yakni terdiri dari 4P: produk (*product*), harga (*price*), promosi (*promotion*), tempat/lokasi (*place*) yang kemudian dikombinasikan untuk menghasilkan respon yang diinginkan oleh target pasar sasaran.⁶⁷ Hasil dan analisis kualitatif terhadap indikator dari strategi pemasaran yang digunakan peneliti ya itu:

a) Produk

Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diminati, di perhatikan, dicari, dibeli, dikonsumsi ataupun digunakan.⁶⁸ Produk yang ditawarkan digital printing Cahaya Net lumayan banyak antara lain aneka produk *printing* seperti cetak dokumen, foto, sticker, kalender, amplop, undangan, kemudian ada produk sablon digital seperti pembuatan mug, totebag, kaos custom. Selain itu, Cahaya Net juga melayani pembuatan produk DIY (*Do It Yourself*) seperti lampu hias custom, *explosion box*, bucket bunga, snack maupun uang.⁶⁹ Karena dengan kelengkapan jasa dalam pembuatan produk, hal ini akan membuat

⁶⁵ Faizal Azis, Wawancara dengan Pemilik Cahaya Net Kudus, 04 April 2022

⁶⁶ Hasil Observasi Penulis di Cahaya Net Kudus, 12 April 2022

⁶⁷ Philip Kotler & Amstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Jakarta : Erlangga, 2012), 92

⁶⁸ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi Offset, 1997), 95

⁶⁹ Faizal Azis, Wawancara dengan Pemilik Cahaya Net Kudus, 04 April 2022

konsumen datang lagi kesini untuk pemenuhan suatu kebutuhannya yang beragam.

Dalam meningkatkan penjualan, implementasi strategi produk yang telah dilakukan Cahaya Net yaitu:

1. Menciptakan merk. Dengan memberikan logo Cahaya Net dan slogannya yaitu “*Your Style We Can*”, diharapkan dapat memberi kesan berkelas bagi konsumen serta memiliki arti yang positif.⁷⁰ Agar produk dikenal banyak orang, produk yang dibuat Cahaya Net diberikan identitas pembuatnya. Contohnya sebagai berikut:

Gambar 4.3 Merk Produk



Berdasarkan observasi penulis, produk yang dihasilkan Cahaya Net sudah diberi logo identitas pembuat. Hal itu perlu dilakukan agar Cahaya Net dapat dikenal oleh banyak orang dan juga dapat memudahkan orang lain untuk melakukan pemesanan.⁷¹

2. Inovasi. Cahaya Net mengalami inovasi tempat dan produk yang dihasilkan. Dari semula yang hanya melayani rental komputer dan jasa pengetikan, sekarang melayani bermacam kebutuhan percetakan pelanggan menyesuaikan trend yang ada.⁷² Berikut penampakan Cahaya Net yang dulu dan sekarang

⁷⁰ Faizal Azis, Wawancara dengan Pemilik Cahaya Net Kudus, 04 April 2022

⁷¹ Hasil Observasi Penulis di Cahaya Net Kudus, 04 April 2022

⁷² Faizal Azis, Wawancara dengan Pemilik Cahaya Net Kudus, 04 April 2022

Gambar 4.4 Inovasi Produk dan Tempat



Cahaya Net dulu



Cahaya Net sekarang

Berdasarkan data wawancara dan observasi penulis, dapat dianalisis bahwa strategi produk yang dilakukan Cahaya Net sudah baik. Hal ini terlihat dari pemberian merk produk dan hasil produk yang bervariasi dan berinovasi. Pemberian merk diperlukan agar produk dapat diketahui identitas pembuatnya sehingga mudah dalam melakukan pemesanan. Selain itu, produk yang bervariasi tentunya akan membuat konsumen datang lagi kesini untuk pemenuhan suatu kebutuhannya yang beragam.

b) Harga

Harga adalah nilai yang tercantum dari suatu produk ataupun jasa yang diterima perusahaan sebagai pendapatannya. Menurut hasil wawancara dengan pemilik maupun pelanggan, harga produk yang ada di Cahaya Net terjangkau sesuai standar kualitas yang dihasilkan.⁷³

Strategi penetapan harga yang dilakukan pemilik Cahaya Net sesuai dengan teori menurut Kotler dan Armstrong yaitu menggunakan strategi *Demand Oriented Pricing*, dimana penentuan harga dengan

⁷³ Hasil Wawancara Penulis dengan Ketiga Pelanggan Cahaya Net Kudus.

mempertimbangkan keadaan permintaan, keadaan pasar dan keinginan konsumen. Terdiri dari:⁷⁴

- (1) *Perceived Value Pricing*: menetapkan harga berdasarkan persepsi pembeli terhadap nilai bukan biaya. Harga yang diberikan Cahaya Net sesuai dengan kualitasnya, kemandirian serta kehandalan produk.
- (2) *Demand Differential Pricing*: penetapan harga jual produk dengan dua macam harga atau lebih. Harga antara pembelian produk grosir dan ecer di Cahaya Net dibedakan. Harga grosir ditentukan ketika melakukan pembelian diatas tiga produk yang sejenis.

Berdasarkan observasi penulis, harga yang ditetapkan pemilik Cahaya Net sudah terjangkau. Penulis melihat dari daftar harga yang tercantum di banner.⁷⁵ Hal ini juga sesuai dengan pendapat beberapa pelanggan Cahaya Net bahwa harga mereka sering datang kesini karena harganya yang *worth it*, serta ramah dikantong.⁷⁶

Berdasarkan data wawancara dan observasi penulis, dapat dianalisis bahwa strategi harga yang dilakukan Cahaya Net terjangkau dan sesuai dengan yang diharapkan pelanggan. Selain itu, kualitas produk yang dihasilkan juga sesuai, karena dalam penentuan harganya pemilik Cahaya Net menyesuaikan kualitas.

c) Lokasi/ Tempat

Lokasi menjadi hal yang sangat penting bagi suatu usaha untuk keberlangsungan jalannya usaha tersebut, dimana lokasi juga dapat mempengaruhi pendapatan serta keuntungan usaha yang dijalankan. Oleh karena itu, menurut Tjiptono, pemilihan suatu lokasi usaha memerlukan pertimbangan yang cermat.⁷⁷

Pemilik Cahaya Net telah memilih lokasi yang strategis yaitu dekat dengan area sekolah daerah

⁷⁴ Dhagat Wihasta H., *Pengaruh Kecepatan Pelayanan, Kenyamanan Lokasi, Dan Persepsi Harga Terhadap Nilai Pelanggan Serta Dampaknya Pada Minat Loyalitas*, Skripsi Universitas Diponegoro, (2015): 20-21

⁷⁵ Hasil Observasi Penulis di Cahaya Net Kudus, 12 April 2022

⁷⁶ Hasil Wawancara Penulis dengan Ketiga Pelanggan Cahaya Net Kudus

⁷⁷ M. Qory Azhari, dkk., *Analisis Strategi Lokasi Penjualan Untuk Meningkatkan Omzet Penjualan Bakso Ella 2 Sekumpul*, Univ Islam Kalimantan, (2020): 1

Kaliwungu Kudus, sehingga tidak menutup kemungkinan bahwa dalam pengerjaan tugas, cetak tugas sekolah dan lain lain, mereka akan datang ke Cahaya Net.⁷⁸

Berdasarkan observasi penulis, Cahaya Net ini lokasinya memang mudah dijangkau oleh beberapa sekolahan yaitu: SD 1 Karangampel, Mts Al- Furqon, SMP 1 Kaliwungu, SMP 2 Kaliwungu, SMA 1 PGRI, SMK PGRI 2 Kudus, SMK NU Ma'arif, SMK Muhammadiyah Kudus.⁷⁹

Berdasarkan data wawancara dan observasi penulis, dapat dianalisis bahwa strategi lokasi yang dipilih Cahaya Net sangat strategis. Pemilihan lokasi yang tepat tentunya akan mendatangkan keuntungan. Seperti halnya Cahaya Net ini dekat dengan area sekolahan sehingga tidak menutup kemungkinan bahwa dalam pengerjaan tugas, cetak tugas sekolah dan lain lain, mereka akan datang ke Cahaya Net.

d) Promosi

Promosi merupakan kegiatan *marketing mix* yang terakhir. Kegiatan ini merupakan hal yang penting juga untuk dilakukan karena melalui promosi dapat memperkenalkan produk ke masyarakat luas sehingga dapat memperluas pangsa pasar. Implementasi strategi promosi yang dilakukan Cahaya Net adalah sebagai berikut:

1. Iklan (*advertising*), peranan iklan dalam pemasaran jasa adalah membangun keberadaan jasa yang ditawarkan, dan menambah pengetahuan konsumen tentang jasa yang ditawarkan. Dalam hal ini, Cahaya Net melakukan promosi melalui iklan di *instagram* dan *facebook*. Berikut ini contoh iklan berbayar melalui *instagram*:

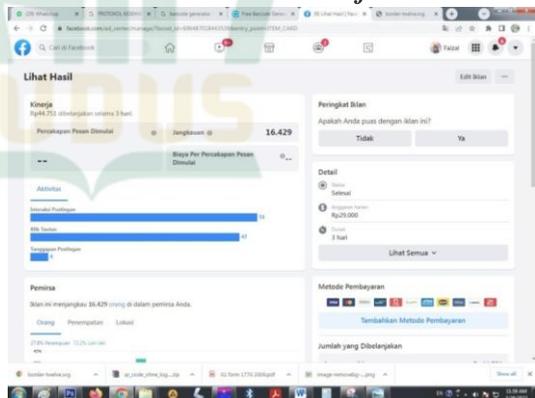
⁷⁸ Faizal Azis, Wawancara dengan Pemilik Cahaya Net Kudus, 04 April 2022

⁷⁹ Hasil Observasi Penulis di Cahaya Net Kudus, 04 April 2022

Gambar 4.5 iklan melalui *instagram*

Dalam gambar tersebut, Cahaya Net menggunakan jasa dari pemilik instagram *seputarlowkerkudus.id* dimana pengikut dari akun tersebut sudah mencapai 31,1 ribu dan diharapkan produk Cahaya Net yang di iklankan tersebut akan diketahui banyak orang.

Selain melalui instagram, berikut ini contoh iklan berbayar melalui *facebook*:

Gambar 4.6 Iklan melalui *facebook*

Dalam gambar tersebut dapat dilihat bahwa iklan tersebut jangkauannya 16.429 orang, interaksi postingan ada 51 orang, yang mengklik tautan iklan tersebut ada 47 orang, dan yang menanggapi postingan ada 4 orang.

Hal itu berarti periklanan memiliki kontribusi dalam menarik minat pelanggan untuk melakukan pembelian. Dengan demikian, periklanan merupakan hal yang penting dilakukan untuk meningkatkan penjualan.⁸⁰

2. *Personal selling*, merupakan suatu penyajian secara lisan dan tatap muka dihadapan calon pembeli dengan tujuan untuk menjual suatu barang. Dalam hal ini, karyawan dan pemilik Cahaya Net menawarkan secara langsung produk kepada pelanggan yang datang.
3. Promosi penjualan, merupakan bentuk kegiatan yang dapat digunakan untuk mempengaruhi pelanggan dalam pembelian produk.

Kegiatan promosi penjualan yang dilakukan oleh Cahaya Net antara lain :

- a) Penyediaan contoh barang, Cahaya Net menyediakan contoh barang yang sudah jadi seperti mug, kaos, totebag, pigura, aneka contoh souvenir, agar konsumen dapat memilih langsung barang yang dipasarkan, dan dapat memesan barang sesuai keinginan.⁸¹
 - b) Pemberian diskon/ potongan harga, biasanya Cahaya Net memberikan potongan harga apabila ada *event* tertentu seperti ulang tahun Cahaya Net, 17 Agustus, kemudian pesanan produk diatas 3 pcs.
4. Informasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*), yaitu pelanggan bersedia untuk memberitahu pengalamannya kepada orang lain mengenai produk yang dibeli atau jasa yang digunakan, dan mengajak orang lain untuk melakukan hal yang sama. Dalam hal

⁸⁰ Hasil Observasi Penulis Berdasarkan Data Dari Pemilik Cahaya Net Kudus, 12 April 2022

⁸¹ Hasil Observasi Penulis di Cahaya Net Kudus, 06 April 2022

ini, loyalitas pelanggan Cahaya Net mulai terbentuk karena berdasarkan wawancara diatas pelanggan yang datang ada yang memperoleh informasi dari teman untuk melakukan pembelian di Cahaya Net.⁸²

Berdasarkan data penelitian yang diperoleh melalui wawancara ataupun observasi penulis, dapat dianalisis bahwa Cahaya Net telah menerapkan komponen strategi pemasaran yang baik yaitu meliputi: *segmentasi, targeting, positioning*. Kemudian juga telah menerapkan bauran pemasaran (*Marketing Mix*) yang baik melalui konsep 4P yaitu: *product, price, place, promotion*. Namun terkait promosi yang dilakukan melalui sosial media, belum banyak pelanggan yang mengetahui *platform* sosial media Cahaya Net, sehingga hal itu yang menyebabkan kurang efektifnya penjualan. Menurut analisis penulis, agar pelanggan dapat mengetahui sosial media yang dimiliki yaitu dengan memberitahu bahwa di sosial media Cahaya *Facebook, instagram, Tiktok* terdapat contoh lengkap mengenai produk- produk yang ada di Cahaya Net, serta ada penawaran menarik mengenai produk yang ditawarkan.

Menurut Taprial dan Kanwar, sosial media memiliki beberapa keunggulan yang menjadikannya lebih kuat dibanding media tradisional yaitu : 1) Sosial media lebih mudah diakses dan tanpa menggunakan biaya, 2) Konten yang dibuat di sosial media tersedia bagi semua orang yang berada dalam jaringan, 3) Media sosial dapat menampung dua atau lebih saluran komunikasi, 4) konten pada sosial media tetap bisa diakses pada waktu yang lama, atau bahkan selamanya, 5) Internet menyediakan jangkauan yang tidak terbatas ke semua konten yang tersedia.⁸³

⁸² Ivana May Sayla, Wawancara dengan Pelanggan Cahaya Net Kudus, 06 April 2022

⁸³ Bagas Aji Pamungkas dan Siti Zuhroh, "Pengaruh Promosi di Media Sosial Dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian, *Jurnal Komunikasi* Vol. X No. 2, (September 2016): 149