

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Dalam situasi ekonomi yang tidak stabil seperti saat ini, mengakibatkan menurunnya daya beli masyarakat sehingga mempengaruhi pertumbuhan dan perkembangan dalam sektor usaha dan bisnis yang kini menjadi kian merosot. Tidak hanya hal tersebut, ketatnya persaingan juga menjadi kendala terutama bagi usaha kecil untuk menghadapi tingkat persaingan yang ketat, dan kualitas suatu produk yang dihasilkan sangatlah penting dalam usaha kecil untuk meningkatkan pertumbuhan suatu usaha dengan berbagai kondisi menuntut adanya sumber daya manusia yang berkualitas guna menghasilkan berbagai bentuk motif pada batik yang akan dijual usaha kecil tersebut.

Keinginan dan tuntutan pelanggan selalu berkembang sejalan dengan perkembangan ilmu pengetahuan sosial dan teknologi yang mengakibatkan cepatnya perubahan selera pelanggan. Untuk mewujudkan keinginan pelanggan tersebut kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Industri Kecil Menengah harus semaksimal mungkin agar dapat menarik pelanggan untuk membeli barang dan merasa puas atas barang yang sudah dibeli.

Industri Kecil Menengah (IKM) merupakan industri yang memiliki skala industri kecil dan menengah yang memiliki karyawan maksimal 19 orang, memiliki investasi kurang dari 1 milyar rupiah, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. ([www.pengertianusahakecilmenengah.com.id](http://www.pengertianusahakecilmenengah.com.id))

Perubahan kondisi pasar pun menuntut Industri Kecil Menengah untuk mengubah paradigma lama pengelolaan tradisional menuju paradigma baru pengelolaan modern. Pengelolaan tentunya membutuhkan dukungan infrastruktur yang memadai, terutama kebutuhan terhadap tersediannya teknologi tinggi khususnya dalam bidang teknologi informasi dan komunikasi.

Batik merupakan contoh Industri Kecil Menengah di Lumajang. Salah satu karya masyarakat yang sampai saat ini masih membuat dunia terkagum-kagum dan bahkan terpesona. Batik dianggap lebih dari sekedar buah akal budi masyarakat, karena sudah menjadi identitas bangsa, melalui ukiran simbol nan unik, warna menawan dan rancangan tiada dua.

Pemasaran berurusan dengan mengidentifikasi dan pemenuhan kebutuhan manusia. Salah satu definisi paling singkat tentang pemasaran adalah “memenuhi kebutuhan dengan cara Kepuasan pelanggan merupakan konsep pokok dalam teori dan praktik pemasaran kontemporer. Kepuasan pelanggan dipandang sebagai elemen utama yang menentukan keberhasilan sebuah organisasi pemasaran, baik organisasi bisnis maupun nirlaba (Thjiptono & Diana, 2015:16). Kepuasan merupakan fungsi dari persepsi/kesan atas kinerja dan harapan. Jika kinerja dibawah harapan, pelanggan merasa tidak puas, jika kinerja memenuhi harapan, maka pelanggan merasa puas dan senang. Banyak perusahaan hanya berfokus pada kepuasan tinggi karena para pelanggan yang kepuasannya hanya pas mudah untuk berubah pikiran bila mendapat tawaran yang lebih baik. Kepuasan yang tinggi atau kesenangan yang tinggi menciptakan kelekatan emosional terhadap merek tertentu, bukan hanya preferensi rasional. Hasilnya adalah kesetiaan

pelanggan yang tinggi. Pembeli akan membeli kembali produk tersebut karena dipengaruhi oleh pengalaman membeli sebelumnya. Banyak perusahaan yang berfokus pada pelanggan, karena mereka harus mahir di dalam membentuk dan menjaga hubungan dengan pelanggan, dan mereka harus ahli dalam merekayasa pasar bukan merekayasa produk. Pelanggan menjadi semakin sulit dilayani, menjadi lebih sadar harga, semakin penuntut, hal ini menantang industri untuk tidak hanya memperoleh konsumen yang puas tetapi menuntut mereka memperoleh konsumen yang lebih dari puas sehingga pelanggan menjadi loyal.

Kualitas pelayanan sangatlah penting bagi perkembangan industri. Saat ini, sebagian besar konsumen mulai menjadikan kualitas pelayanan sebagai parameter utama dalam menjatuhkan pilihan terhadap produk yang dikelola oleh perusahaan. Oleh karena itu kualitas pelayanan adalah salah satu strategi yang digunakan untuk memenangkan persaingan diantara banyak produk sejenis yang beredar dipasaran.

Kualitas pelayanan di definisikan sebagai tindakan atau perbuatan seorang atau organisasi bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan ataupun karyawan (Kasmir, 2017b:47)

Kualitas seringkali digunakan untuk menandakan keunggulan suatu produk barang atau jasa. Jika kita menciptakan barang sesuai dengan kebutuhan pelanggan, maka akan memberikan kepuasan dan menumbuhkan loyalitas pelanggan. Dalam perkembang zaman saat ini pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepercayaan pelanggan terhadap Industri Kecil Menengah.

Industri Kecil Menengah mencoba untuk meningkatkan penjualan dan labanya melalui pencarian pelanggan baru. Tetapi hal ini juga tidak cukup, selain menarik pelanggan baru IKM juga harus mampu untuk menjaga hubungan dengan meningkatkan kualitas suatu produk. Kualitas Produk (*product quality*) adalah salah satu sarana *positioning* utama pemasaran. Kualitas mempunyai dampak langsung terhadap kinerja suatu produk atau jasa. Oleh karena itu, kualitas berhubungan erat dengan nilai dan kepuasan pelanggan. Dalam arti yang lebih sempit kualitas bisa di definisikan sebagai bebas dari kerusakan. Tetapi sebagian besar industri yang berpusat pada pelanggan melangkah jauh melampaui definisi sempit ini. Justru, mereka mendefinisikan kualitas berdasarkan penciptaan nilai dan kepuasan pelanggan (Kotler dan Amstrong, 2008:272).

Kualitas (*quality*) adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Ini jelas merupakan definisi yang berpusat pada pelanggan. Kita dapat mengatakan bahwa penjual telah menghantarkan kualitas ketika produk atau jasanya memenuhi atau melebihi ekspektasi pelanggan. Perusahaan yang memuaskan sebagian besar kebutuhan pelanggan sepanjang waktu disebut perusahaan berkualitas (Kotler & Keller, 2009:143)

Untuk mencapai kualitas produk yang diinginkan maka diperlukan suatu standarisasi kualitas. Cara ini bermaksud untuk menjaga agar produk yang dihasilkan memenuhi standar yang telah ditetapkan sehingga konsumen tidak akan kehilangan kepercayaan terhadap produk yang bersangkutan. Pemasaran yang tidak memperhatikan kualitas produk yang ditawarkan akan menanggung

tidak loyalnya pelanggan sehingga penjual produknya pun akan cenderung menurun. Dan untuk mencapai tujuan perusahaan tersebut, harus mengandalkan kegiatan dalam bentuk penjualan, semakin besar penjualan maka semakin besar pula laba yang didapatkan.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa penelitian tentang Analisis Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan telah dilakukan oleh peneliti terdahulu (Tumangkeng, 2013) dengan judul Kualitas Produk, Suku Bunga Dan Kualitas Layanan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan KPR Bank Btn Cabang Manado. Hasil penelitian menunjukkan secara simultan Kualitas Produk, Suku Bunga, dan Kualitas Layanan, berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan, secara parsial Suku Bunga berpengaruh negatif terhadap Kepuasan Pelanggan, dengan demikian hipotesis ditolak. Kualitas Produk dan Kualitas Layanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan KPR pada Bank BTN Cabang Manado.

(Haryanto, 2013) dengan judul Strategi Promosi, Kualitas Produk, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Restoran Mcdonald's Manado. Hasil penelitian menunjukkan secara simultan Strategi Promosi, Kualitas Produk, Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan. Secara parsial strategi promosi tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Manajemen McDonald's sebaiknya meningkatkan promosi dan mempertahankan kualitas produk serta layanan agar pelanggan merasa puas.

(Renata Riskia Agustyn, 2013) dengan judul Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Kantor Pos

Purworejo). Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai uji F adalah 63.139. Dalam penelitian ini, nilai koefisien determinasi menunjukkan 75,8, model dalam penelitian ini mampu menjelaskan variasi dalam variabel dependen sebesar 0,758 atau 75,8%. Variabel tangible, reliability, responsiveness, jaminan dan empati mempengaruhi kepuasan pelanggan Kantor Pos Purworejo.

(Adare, 2014) dengan judul Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Telkomsel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan kualitas produk, harga dan promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

(David & Lego, 2016) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Garuda Indonesia Di Jakarta. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh dari Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Citra terhadap Kepuasan Pelanggan Garuda Indonesia Di Jakarta. Kualitas Pelayanan adalah variabel dengan pengaruh terbesar terhadap Kepuasan Pelanggan dalam penelitian ini yang diikuti dengan Citra Perusahaan. Kedua variabel tersebut memiliki pengaruh positif. Variabel harga memiliki pengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan.

(Ludviyatus Sholeha<sup>1</sup>, 2018) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Ahass Sumber Jaya Maha Sakti Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kita semua tahu bahwa batik merupakan salah satu warisan budaya Indonesia, hal ini merupakan kebanggaan tersendiri bagi bangsa Indonesia. Batik

Indonesia sudah mendapat pengakuan *UNESCO (United Nations, Educational, Scientific and Cultural Organization)* sebagai mata budaya tak benda warisan manusia Indonesia dan menjadi fenomena budaya tersendiri. Pada level Daerah, Pemerintahan Provinsi dan Kabupaten/Kota, mereka dapat mengenali dan menilai bahwa di luar batik, memang bukan batik. Hal ini dapat dilihat perbedaannya dalam peraturan menteri dalam negeri no 53 tahun 2009. Pada pasal 2 bagian 2 poin a, disebutkan bahwa pakaian dinas lingkungan pemerintah provinsi terdiri dari (2) pakaian dinas harian batik dan/atau tenun ikat dan/atau kain ciri khas daerah, di pasal yang sama bagian 3 poin a pun disebutkan bahwa pakaian dinas di pemerintah Kabupaten/Kota terdiri dari (2) pakaian dinas harian batik dan/atau tenun ikat dan/atau kain ciri khas daerah. Ini menunjukkan bahwa batik menjadi berbeda dengan kain ciri khas yang memang tidak mengenal batik sebelumnya. Dan bahwa batik-batik yang pada akhirnya dibuat oleh pemerintah daerah adalah hanya sekedar melakukan penyesuaian dengan aturan yang dikeluarkan oleh pemerintah pusat yaitu membuat batik dengan menggunakan corak-corak khas daerah sendiri.

Atas dasar pertimbangan tersebut maka usulan skripsi ini ditulis dengan judul **“ANALISIS KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA INDUSTRI KECIL MENENGAH (IKM) CV. BATIK MAREM, YOSOWILANGUN LOR, LUMAJANG”**.

## **1.2. Batasan Penelitian**

Supaya dalam penyusunan penelitian ini lebih terarah dan sesuai dengan tujuan yang telah dirumuskan, maka perlu adanya pembatasan masalah yaitu :

- a. Penelitian ini merupakan dibidang Manajemen Pemasaran.
- b. Penelitian ini hanya meneliti keterkaitan antara dua variabel *independen* (yang mempengaruhi) yaitu Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap variabel *dependen* (dipengaruhi) Kepuasan Pelanggan.
- c. Penelitian dilakukan pada pelanggan IKM Batik CV. Batik Marem, Yosowilangun Lor, Lumajang.

## **1.3. Rumusan masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dijelaskan diatas, maka yang menjadi perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

- a. Apakah terdapat pengaruh Kualitas Produk yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada IKM Batik, CV. Batik Marem, Yosowilangun Lor, Lumajang.
- b. Apakah terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada IKM Batik, CV. Batik Marem, Yosowilangun Lor, Lumajang.
- c. Apakah terdapat pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan yang signifikan secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan pada IKM Batik, CV. Batik Marem, Yosowilangun Lor, Lumajang.



#### **1.4. Tujuan penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui pengaruh Kualitaas Produk yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan CV. Batik Marem, Yosowilangun Lor, Lumajang.
- b. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan CV. Batik Marem, Yosowilangun Lor, Lumajang.
- c. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan CV. Batik Marem, Yosowilangun Lor, Lumajang.

#### **1.5. Manfaat penelitian**

Hasil dari penelitian yang penulis lakukan diharapkan dapat memberi manfaat bagi penulis sendiri, pihak lembaga pendidikan dan pihak-pihak lain yang kiranya berkepentingan dalam masalah ini. Berikut ini penulis sampaikan mengenai kegunaan penelitian:

- a. Bagi IKM Batik, CV. Batik Marem, Yosowilangun Lor, Lumajang.

Dengan adanya penelitian diharapkan dapat memberi ide atau saran dari hasil penelitian yang telah dilaksanakan pada IKM tersebut bersifat membangun bagi kemajuan IKM.

- b. Bagi Peneliti.

Untuk memenuhi salah satu tugas akhir perkuliahan dalam mencapai gelar Sarjana Strata-1, dan mengaplikasikan dan membandingkan antara teori-teori dari bangku perkuliahan dengan realistik yang ada dilapangan, dan untuk lebih memahami serta memperluas tentang pemasaran.

c. Bagi Peneliti Lain.

Menambah ilmu pengetahuan dan wawasan penulis mengenai Analisis Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan, khususnya IKM Batik, CV. Batik Marem, Yosowilangun Lor, Lumajang. Dapat dijadikan referensi dan dasar pelaksanaan penelitian pada bidang yang sama di masa yang akan datang.

d. Bagi STIE Widya Gama Lumajang.

Kegunaan penelitian bagi STIE Widya Gama Lumajang adalah sebagai bahan untuk evaluasi bagi mahasiswa, serta kinerja STIE Widya Gama Lumajang yang bersangkutan dalam menghadapi era globalisasi yang sangat kompleks sekali dan penuh dengan persaingan.

