

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Seiring dengan perkembangan zaman, dunia usaha pun mengalami persaingan yang semakin ketat. Kemajuan didalam sebuah usaha ditentukan oleh berbagai faktor, Antara lain, pemanfaatan sumber daya manusia yang sesuai dengan kualitas serta diimbangi dengan pengetahuan dan teknologi. Berbagai perusahaan bersaing dengan menggunakan berbagai media promosi untuk memasarkan produknya, seperti baliho, iklan televisi, iklan media cetak, sponsorship, surat kabar, majalah, radio, dan lain-lain.<sup>1</sup>

Perkembangan dan persaingan yang semakin ketat ini, menuntut setiap perusahaan harus terus mengembangkan perusahaannya. Selain itu seorang pimpinan perusahaan, tidak mungkin dapat menjalankan dan mengendalikan kegiatan perusahaannya sendiri tanpa adanya bantuan dari pihak lain.

---

<sup>1</sup> Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung: Alfabeta, 2014), 195

Untuk mengatasi masalah ini, maka diperlukan adanya pelimpahan wewenang dan tanggung jawab kepada masing-masing bagian dalam perusahaan. Secara internal, perusahaan menghadapi masalah produktifitas, mutu, biaya, waktu, pelayanan, keselamatan, lingkungan dan perilaku pekerja yang kadarnya setiap hari semakin berat. Sementara secara external, perusahaan mendapat tekanan dari berbagai penjuror antara lain dari pelanggan, pemasok, kompetitor, dan berbagai macam perubahan tidak terduga.

Menghadapi hal-hal tersebut, selain mempromosikan produknya, perusahaan juga harus dapat meningkatkan kualitas dan inovasi terhadap produk. Sebab unsur terpenting dalam suatu perusahaan adalah keunggulan produk yang dimilikinya. Karena untuk promosikan suatu produk membutuhkan suatu media, salah satunya menggunakan iklan. Periklanan sendiri merupakan segala bentuk penyajian non-

personal dan promosi ide, barang, atau jasa oleh suatu sponsor tertentu yang memerlukan pembayaran.<sup>2</sup>

Kepuasan konsumen setelah merasakan keunggulan produk, setidaknya menjadi cerminan keberhasilan perusahaan dalam segala tantangan yang menghambat laju perkembangan perusahaan dimasa yang akan datang termasuk perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang jasa.

Kualitas produk merupakan faktor teramat penting bagi perusahaan, terutama perusahaan yang bergerak dibidang jasa dimana hal ini fisik produknya ditunjang oleh fasilitas yang sesuai dengan kemajuan tekhnologi.

Nebas Sablon adalah salah satu perusahaan yang menyediakan jasa sablon baju seragam dan lain-lain. Mengingat betapa pentingnya kualitas dan pelayanan untuk kepuasan konsumen, maka perusahaan dituntut untuk berupaya meningkatkan potensi yang dimilikinya agar mampu mengimbangi laju persaingan, dan konsumen pun tak berpaling ke produk yang lainnya.

---

<sup>2</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2012), 235.

Kualitas dan pelayanan yang baik akan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen ini sangat penting artinya bagi perusahaan, karena tanpa konsumen (pengguna jasa) ataupun pelanggan maka tidak akan terjadi transaksi jual beli diantara keduanya. Untuk itu kegiatan perusahaan haruslah berorientasi pada kepuasan konsumen. Hal-hal yang perlu diperhatikan agar konsumen puas atas pelayanan yang diberikan, yaitu:

Berikan produk yang berkualitas, serta bebas dari kerusakan ataupun kecacatan saat sampai di tangan konsumen. Sebaiknya cek terlebih dahulu kualitas produk atau jasa yang akan diberikan kepada konsumen. Berikan kualitas pelayanan yang ramah, ketepatan waktu penyampaian, serta menggunakan sistem yang mudah dipahami para konsumen. Sehingga para konsumen tidak merasa kesulitan dengan pelayanan yang diberikan, baik pelayanan langsung maupun pelayanan online. Fokus pada kepentingan atau pencapaian kepuasan konsumen, sehingga produk serta pelayanan yang diberikan dapat memenuhi harapan konsumen.

Memperhatikan harga produk maupun biaya pelayanan yang sesuai dengan kondisi pasar saat ini, serta sesuaikan dengan nilai produk atau jasa yang ditawarkan. Karena konsumen akan membandingkan antara biaya yang dikeluarkan dengan manfaat yang diperoleh dari suatu produk. Berikan jaminan keamanan dari produk maupun pelayanan yang diberikan, sehingga para konsumen percaya dengan produk ataupun jasa yang ditawarkan dan akan terus menjadi konsumen setia perusahaan kita. Misalnya dengan mencantumkan ijin dari Badan POM bagi produk makanan dan obat.<sup>3</sup>

Dan biasanya konsumen apabila merasa sangat puas akan menjadi lebih setia serta membeli lebih banyak jika perusahaan memperkenalkan produk baru dan menyempurnakan produk yang ada, memberikan komentar yang menguntungkan tentang perusahaan dan produknya kepada orang lain.

---

<sup>3</sup> <http://anggy-trianty.blogspot.co.id/2013/11/bagaimana-konsumen-bisa-mencapai.html>, diakses pada 1 September 2017

Kepuasan konsumen sangat penting untuk menghindari keluhan konsumen yang mungkin akan disampaikan pada konsumen lain, tujuan yang tidak kalah pentingnya adalah menjadi konsumen yang loyal terhadap produk yang kita jual. Ada banyak pendekatan yang dapat digunakan untuk membangun kepuasan pelanggan melalui kualitas yang baik, dari pendekatan tersebut dapat memperkecil kesenjangan yang terjadi antara pihak manajemen dan pelanggan.

Salah satu variable positif yang memberi kontribusi terhadap perusahaan dalam meningkatkan pendapatan jangka panjangnya adalah sejauh mana kemampuan perusahaan jasa mampu meningkatkan kualitas produk (sablon) dan inovasi kepada para pelanggannya secara sistematis dan terprogram yang tidak melanggar nilai-nilai etika dalam sebuah bisnis.

Pada industri atau bisnis jasa yang berorientasi pada konsumen, maka tidak dapat dihindari bahwa kualitas produk jasa kepada kepuasan konsumen menjadi satu-satunya faktor penentu dari ekstansi perusahaan tersebut dalam terlibat dalam dunia bisnis yang penuh dengan persaingan. Setiap perusahaan

yang bergerak dibidang jasa terutama sablon maka perlu memberikan kesempatan seluas-luasnya kepada konsumen untuk menyampaikan saran, pendapat dan keluhan mereka. Media yang bisa digunakan meliputi kotak saran yang diletakkan ditempat-tempat strategis.

Konsumen merupakan raja yang perlu didengar keinginan dan kebutuhannya agar mampu didengar apa yang mereka butuhkan. Dengan kualitas produk (sablon) dan pelayanan yang memuaskan kepada konsumen maka kepuasan konsumen dapat memberikan manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, serta membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan dari perusahaan.

Nebas Sablon adalah salah satu kegiatan usaha yang bergelut dibidang jasa sablon baju atau kaos seragam dan lain-lain, yang sedang dalam fase perkembangan. Banyak sekali permasalahan yang ada dalam kegiatan usaha tersebut, dan masalah itu bisa menghambat kepuasan konsumen.

Permasalahan yang muncul kebanyakan berasal dari internal sendiri. Yang pertama adalah sistem pengembangan kualitas model sablonnya yang belum maksimal, masih terbatasnya karyawan sehingga sering terjadi tumpang tindih pekerjaan, manajemen kegiatan usaha masih tak teratur, sehingga sering kali terjadi permasalahan yang sangat menghambat kemajuan kegiatan usaha tersendiri, dan masih banyak lainnya.

Penjelasan di atas, menarik penulis untuk melakukan penelitian mendalam mengenai kualitas produk dan layanan yang menjadi aspek selling value bagi sebuah usaha jasa sablon pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen. Kita percaya bahwa kepuasan konsumen akan banyak memberikan dampak positif bagi kelangsungan hidup sebuah bisnis termasuk usaha sablon. Dari latar belakang tersebut diatas, maka penulis mencoba mengambil judul **“Pengaruh Kualitas Produk (sablon) dan Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi di Nebas Sablon cabang Rangkasbitung)”**.



## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka penulis dalam melakukan penelitian ini mengidentifikasi masalah tersebut, yakni sebagai berikut:

1. Strategi apa yang digunakan manajemen Nebas Sablon cabang Rangkasbitung dalam menghadapi ketatnya dunia persaingan dalam usaha sewa jasa sablon.
2. Kualitas model sablon telah dirasakan oleh pelanggan.
3. Pengaruh apakah yang diakibatkan kualitas produk sablon dan layanan terhadap konsumen.
4. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kualitas produk sablon pada Nebas Sablon cabang Rangkasbitung.
5. Kepuasan konsumen dalam pengguna jasa sablon pada Nebas Sablon cabang Rangkasbitung sudah sesuai dengan harapan kualitas model sablonnya.
6. Konsumen menggunakan jasa sablon Nebas Sablon cabang Rangkasbitung setelah adanya kualitas produk (sablon) dan layanan yang baik.

### **C. Pembatasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan diatas, dikarenakan keterbatasan waktu dan agar penelitian ini terarah maka didalam melakukan penelitian ini penulis hanya meneliti Pengaruh Kualitas Produk (sablon) Dan Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (studi di Nebas Sablon cabang Rangkasbitung).

### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan batasan masalah diatas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Pengaruh Kualitas Produk (sablon) dan Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen?
2. Bagaimana Kualitas Produk (sablon) dan Layanan menurut perspektif Islam?

### **E. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana Pengaruh Kualitas Produk (sablon) dan Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen.

2. Untuk Mengetahui Bagaimana Kualitas Produk (sablon) Dan Layanan menurut prespektif Islam.

#### **F. Manfaat Penelitian**

Melalui penelitian ini, diharapkan memberikan manfaat bagi pihak-pihak sebagai berikut:

1. Bagi penulis dan pembaca

Dengan adanya skripsi ini dapat dijadikan sebagai bahan pembelajaran perbandingan antara apa yang sudah dipelajari atau ada diteorinya dan praktek dilapangannya, sehingga memberikan pengetahuan yang lebih luas lagi tentang masalah-masalah penelitian yang akan dikaji secara dalam.

2. Bagi perusahaan

Dapat dijadikan bahan kajian dan pertimbangan bagi perusahaan dalam menentukan kebijakan-kebijakan yang tepat sasaran serta penerapan strategi yang handal demi kemajuan dan kesuksesan usaha jasa.

### 3. Bagi civitas akademika

Dapat dijadikan sebagai bahan referensi dan pelajaran atau pertimbangan ketika akan melakukan penelitian.

## **G. Kerangka Pemikiran**

Kualitas produk (sablon) dan layanan sangat berkaitan dengan kepuasan konsumen, kualitas produk (sablon) dan layanan yang baik akan menciptakan ikatan emosional yang erat konsumen pada Nebas Sablon cabang Rangkasbitung, dengan demikian perusahaan mampu memahami harapan dan kebutuhan pelanggan.

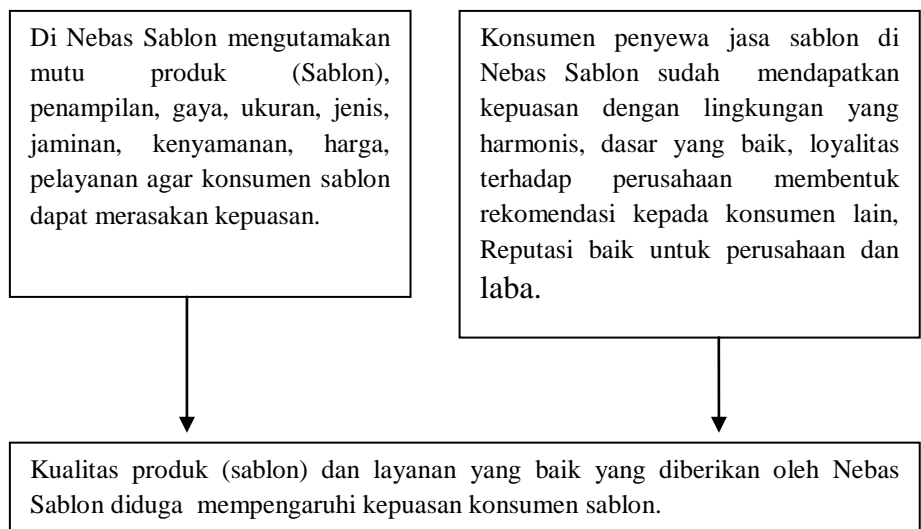
Meningkatkan kualitas produk (sablon) dan layanan dengan memaksimalkan pengalaman yang menyenangkan dengan konsumen serta mengupayakan agar tidak terjadi pengalaman yang kurang menyenangkan dengan konsumen sehingga tercipta kepuasan.

Kualitas produk (sablon) dan layanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Hal ini mengindikasikan bahwa citra kualitas produk (sablon) dan layanan yang baik bukan berasal dari pemilik usaha

melainkan berasal dari persepsi pelanggan yang diperoleh dari pengalaman mereka terhadap produk tersebut.

Differensiasi yang menjadi keunggulan produk berpotensi untuk meningkatkan kepuasan konsumen yang berakhir pada keputusan pembelian. Oleh karena itu dapat dikatakan bahwa para pemilik usaha harus selalu menjaga kualitas produk agar keberlangsungan usaha mereka tetap terjamin.

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah dan untuk mencapai penelitian ini secara sistematis kerangka penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



**Gambar 1.1**  
**Kerangka Pemikiran**

## **H. Sistematika Penelitian**

Adapun sistematika penyusunan skripsi ini adalah sebagai berikut :

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerangka pemikiran dan sistematika penulisan.

### **BAB II KAJIAN PUSTAKA**

Bab ini membahas tentang kajian teori yang berisi tentang Pengertian Kualitas produk (sablon) dan layanan, Dampak kualitas produk (sablon) dan layanan terhadap kepuasan konsumen, Penelitian Terdahulu Yang Relevan dan Hipotesis.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini membahas tentang metodologi penelitian yang akan digunakan oleh penulis agar memudahkan dalam menyelesaikan penelitiannya yaitu: Ruang Lingkup

Penelitian, Populasi dan Sampel, Teknik Pengumpulan Data dan Analisis Data.

#### **BAB IV PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN**

Bab ini akan membahas tentang hasil penelitian dan pembahasan hasil penelitian.

#### **BAB V PENUTUP**

Bab ini menguraikan tentang kesimpulan dan saran.