

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Usaha percetakan tidak akan pernah surut. Menurut *ekonomi.bisnis.com*, industri percetakan tetap tumbuh dengan positif pada kuartal III/2017. Hal ini didukung oleh bisnis kemasan yang berkontribusi hampir 50 persen dari penjualan. Data dari Badan Pusat Statistik menyebutkan, pertumbuhan produksi industri manufaktur mikro dan kecil pada kuartal ketiga tahun 2017 untuk sektor percetakan dan reproduksi media rekaman, naik sebesar 14,48 persen dibanding dengan periode sama pada tahun lalu. (*ekonomi.bisnis.com. 2017*). Bisnis percetakan sudah masuk *sunset industry*, karena porsi kue untuk kebutuhan cetak, khususnya yang menggunakan mesin offset dan web masih besar.” (*ppgi.or.id. 2017*). Hal tersebut mengemuka pada acara *Planning Cycle Meeting* PT Astragraphia Xprints yang berlangsung pada pertengahan 2017.

Pada era digitalisasi sekarang ini dan selama dunia masih ada umat manusia, akan terus terbuka lebar peluang usaha percetakan dengan segala cara yang menyertainya. Karena itulah jarang sekali usaha percetakan mengalami kebangkrutan karena tidak mendapatkan pesanan percetakan. Persaingan pun muncul di antara para produsen percetakan yang memiliki jenis usaha yang sejenis dan pasar yang sama, yaitu jasa cetak offset dan digital printing dan yang lainnya yang sudah berdiri lebih dahulu dan

dikenal oleh konsumen. Tidak saja oleh faktor tersebut, ancaman utama yang dihadapi oleh usaha pelaku percetakan ini (terutama percetakan kecil) adalah perusahaan-perusahaan besar yang telah dikenal oleh masyarakat. Perusahaan-perusahaan tersebut mempunyai lokasi tempat usaha yang strategis, harga, promosi yang genjar karena mempunyai modal yang besar, harga yang bersaing sehingga pelanggan mudah memutuskan untuk melakukan transaksi.

Namun ancaman tersebut merupakan faktor pendorong dalam menjalankan usaha percetakan. Agar lebih giat dalam berproduksi, pelaku usaha percetakan selalu berusaha meningkatkan dan mempertahankan mutu, kekhasan dan kualitas produksi cetakan supaya dapat merebut segmen pasar dan konsumen tidak berpaling pada produk perusahaan lainnya misalkan dengan memberikan layanan gratis design, antar – jemput order bahkan sampai pada memberikan layanan negosiasi biaya agar sesuai dengan anggaran pelanggan. Dalam hal ini CV Restu Ibu Utama yang terletak di Jln. Ir. H. Juanda Kav.143 No.14 Kelurahan Margajaya Kecamatan Bekasi Selatan, Bekasi, merupakan perusahaan percetakan yang terus berusaha memberikan layanan terbaik kepada pelanggan.

CV Restu Ibu Utama memberikan layanan jasa pembuatan barang-barang percetakan yang dibutuhkan masyarakat dengan harga bersaing. Dalam memberikan layanan, perusahaan ini senantiasa mengutamakan kepuasan Pelanggan dengan memberikan layanan yang cepat dan professional. Hal ini dilakukan perusahaan dengan memperhatikan berbagai

faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk mempercayakan pembuatan kebutuhan barang-barang cetakannya kepada CV Restu Ibu Utama.

CV Restu Ibu Utama memberikan layanan pembuatan barang-barang cetakan mulai dari beragam undangan, barang cetakan untuk kebutuhan perkantoran seperti kartu nama, kop surat, *invoice* atau nota, brosur, *Flyer*, Poster, memo, kalender, paper bag, hingga buku, tabloid dan majalah. Semua barang cetakan yang diminta oleh konsumen sudah hampir pasti diproduksi di CV Restu Ibu Utama. Hal inilah yang membedakan perusahaan ini dengan pesaingnya yang tidak bisa memproduksi semua barang cetakan sendiri. Oleh karena itu CV Restu Ibu Utama, sebagai perusahaan percetakan tidak hanya sebatas memproduksi saja, akan tetapi berusaha menarik konsumen dan mempengaruhi tingkah laku konsumen untuk mempercayakan pembuatan kebutuhan barang-barang cetakannya kepada CV Restu Ibu Utama. Pemahaman terhadap perilaku dan sikap konsumen sangat mempengaruhi tingkat pembuatan barang-batang cetakan di perusahaan ini. Keberadaan kantor CV Restu Utama di lokasi yang banyak terdapat perusahaan percetakan, membuat perusahaan ini harus memperhatikan kebutuhan serta keinginan konsumennya dan kemudian merealisasikannya. Data mengenai hasil penjualan di Perusahaan CV Restu Utama beserta realisasinya dapat dilihat pada tabel 1.1 .

Tabel 1.1
Hasil Penjualan Percetakan CV Restu Ibu Utama
Periode Tahun 2015-2018 (Dalam Rupiah)

No	Tahun	Penjualan (Unit)		Presentase (%)	Keterangan
		Target	Realisasi		
1	2015	1,5M	1M	67%	Tidak mencapai target
2	2016	1,5M	1,2M	80%	Tidak mencapai target
3	2017	1,5 M	1M	67%	Tidak mencapai target
4	2018	1,5 M	1,1M	73%	Tidak mencapai target

Sumber Data : CV Restu Ibu Utama (2015-2018)

Data pada tabel 1.1 di atas menunjukkan, pencapaian realisasi penjualan tiap tahun selama empat tahun terakhir belum mencapai target yang diinginkan. Pencapaian tertinggi sebesar 1,2 M dari target 1,5 M pada tahun 2016 dan pencapaian terendah sebesar 1 M dari target 1,5 M pada tahun 2015 dan 2017. Semakin banyaknya permintaan akan pembuatan barang-barang pecetakan, hal ini didukung oleh bisnis kemasan, menyebabkan semakin banyak bermunculan perusahaan-perusahaan baru yang membuat persaingan semakin ketat. Hal ini membuat perusahaan terus berusaha meningkatkan mutu dan servis kepada konsumen.

Tabel 1.2
Daftar Keluhan Konsumen CV Restu Ibu Utama

No	Keluhan-keluhan Konsumen Toko Percetakan	Konsumen (Orang)	Presentase (%)
1.	Tidak Tersedia Tempat parkir	15	30%
2.	Lingkungan kurang aman dan kurangnya petugas keamanan (satpam).	8	16%
3.	Banyak Usaha yang sama di lokasi Toko.	12	24%
4.	Lingkungan kotor dan kumuh	10	20%
5	Kurang Representatif	5	10%
	Jumlah	50	100%

Sumber : CV Restu Ibu Utama

Tabel 1.2 di atas menunjukkan konsumen yang kurang puas terhadap lokasi CV Restu Ibu Utama. Untuk konsumen yang kurang puas terhadap tidak tersedianya tempat parkir yang paling tinggi ada 15 orang dengan presentase 30%, sedangkan untuk konsumen yang kurang puas terhadap keamanan ada 8 orang dengan presentase 16%, konsumen yang bingung terhadap pilihan untuk memesan cetakan sebanyak 12 orang dengan presentase 12 orang, konsumen yang kurang puas dengan lingkungan kotor dan kumuh sebanyak 10 orang dengan presentase 20%, yang rendah adalah konsumen yang kurang puas dengan tempat yang kurang representatif atau kurang menarik sebanyak 5 orang dengan presentase 10%.

Dari daftar keluhan konsumen diatas keluhan yang tertinggi persentasenya adalah tidak tersedianya tempat parkir sebesar 30%, karena hampir setiap konsumen membawa kendaraan pribadi. Sedangkan keluhan yang terendah

adalah konsumen yang kurang puas terhadap lokasi usaha yang kurang representatif sebesar 10%.

Tabel 1.3
Daftar Harga Tahun 2015-2018

Tahun	Harga Cetak (%)	Pesaing (%)	Presentase (%)
2015	100	80	20
2016	100	77	23
2017	100	79	21
2018	100	82	18

Sumber : CV Restu Ibu Utama

Berdasarkan tabel 1.3 menunjukkan perubahan harga cetak antara CV Restu Utama dengan perusahaan lainnya dari tahun 2015 hingga tahun 2018. Pada tahun 2016 mengalami presentase tertinggi sebesar 23 %, yang mengindikasikan bahwa harga cetak di perusahaan tersebut semakin mahal, dikarenakan naiknya ongkos produksi dalam proses mencetak. Mencermati adanya peluang bisnis ini, maka perusahaan berkesempatan untuk menarik minat konsumen dalam pembelian jasa percetakan, terutama untuk konsumen yang berada di kawasan kota Bekasi dan sekitarnya. Hal ini dilakukan perusahaan dengan memperhatikan berbagai faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian jasa, di antaranya dengan menawarkan produk percetakan yang berkualitas dengan pelayanan lengkap.

Pada table 1.3 harga yang ditawarkan CV Restu Utama juga lebih mahal dari harga yang ditawarkan perusahaan percetakan lain, terutama yang berada di

lingkungan yang sama. Menetapkan harga jual yang disesuaikan dengan kualitas dan pelayanan yang diberikan dapat menarik minat konsumen untuk membeli jasa perusahaan percetakan. CV Restu Ibu Utama merupakan perusahaan percetakan yang berada di kawasan Bekasi Kota. Pada dasarnya harga yang ditawarkan relatif terjangkau bagi konsumen yang membutuhkan jasa pembuatan barang cetakan secara umum. Namun, seiring dengan waktu yang berjalan, ongkos produksi pun mengalami kenaikan seiring dengan naiknya hal-hal yang berhubungan dengan percetakan seperti listrik, bahan cetakan seperti kertas dan lain-lain. Berikut adalah daftar harga cetak CV Restu Ibu Utama tahun 2015 – 2018.

Tabel 1.4

Promosi Yang Dilakukan Tahun 2015-2018

Tahun	Promosi <i>Word Of Mouth</i>	Promosi Iklan	Promosi <i>Repeat Order</i>	Promosi <i>Walk In</i>	Media Sosial	Total
2015	40	10	20	10	20	100
2016	50	10	20	10	10	100
2017	30	0	30	30	10	100
2018	20	0	40	20	20	100

Sumber : CV Restu Ibu Utama 2015-2019

Berdasarkan tabel di atas promosi yang dilakukan CV Restu Utama, dilakukan dengan beberapa cara pada periode 2015 – 2018. Di antara beberapa cara berpromosi yang dilakukan perusahaan ini, *Word of mouth* menjadi promosi terbesar yakni 50% pada tahun 2016. Sementara itu promosi terendah

bahkan tidak ada promosi sama sekali dengan iklan terjadi pada tahun 2017 dan 2018.

Adapun pra survei tentang minat beli pelanggan CV Restu Ibu Utama sebagai berikut

Tabel 1.5
Pra Survei Minat Beli Pelanggan CV Restu Ibu Utama

No	Minat Beli	Konsumen (Orang)	Presentase (%)
1.	Minat Beli Transaksional	15	30%
2.	Minat Beli Referensial	10	20%
3.	Minat Preferensial	10	20%
4.	Minat Beli Eksploratif	15	30%
	Jumlah	50	100%

Sumber : CV Restu Ibu Utama 2015-2019

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa 30% masing –masing pelanggan termasuk dalam minat membeli transaksional dan minat beli eksploartif yang mana minat beli transaksional pelanggan sudah tahu apa yang akan dibeli sedangkan eksploratif hanya mencari informasi saja. Sedangkan 20% masing masing pelanggan dalam minat beli referensial dan preferensial yang mana referensial adalah minat beli yg direferensikan sedangkan preferensi adalah produk yg direferensi.

Dari uraian di atas, bahwa pengaruh lokasi dan harga terhadap keputusan pembelian belum diketahui secara pasti. Untuk itu, Penulis melakukan

penelitian dengan judul **“Pengaruh Lokasi, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian dengan Minta Beli Sebagai Variable Intervening pada CV Restu Ibu Utama (Studi Kasus pada Konsumen CV Restu Ibu Utama).**

Adapun alasan penulis mengambil judul tersebut, untuk mengetahui sejauh mana pengaruh lokasi, hargadan promosi mempengaruhi keputusan pembelian melalui minat beliterhadap jasa produk yang ditawarkan oleh Percetakan CV Restu Ibu Utama.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan atas uraian tersebut di atas, maka masalah dalam proposal ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian jasa pada CV Restu Ibu Utama?
2. Apakah lokasi berpengaruh terhadap Minat beli pada CV Restu Ibu Utama?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada CV Restu Ibu Utama?
4. Apakah harga berpengaruh terhadap minat beli pada CV Restu Ibu Utama?
5. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada CV Restu Ibu Utama?
6. Apakah pengaruh promosi terhadap minat beli pada

CV Restu Ibu Utama?

7. Apakah minat beli berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada CV Restu ibu?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian jasa pada CV Restu Ibu Utama
2. Untuk Mengetahui pengaruh lokasi terhadap Minat beli pada CV Restu Ibu Utama
3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada CV Restu Ibu Utama
4. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap minat beli pada CV Restu Ibu Utama
5. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian pada CV Restu Ibu Utama
6. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap minat beli pada CV Restu Ibu Utama
7. Untuk mengetahui pengaruh minat beli terhadap keputusan pembelian pada CV Restu ibu

D. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

- 1) Bagi penulis dan Pembaca
 - a) Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan penulis dan rekan-rekan pembaca dalam memahami ilmu manajemen bidang pemasaran.
 - b) Untuk salah satu syarat dalam rangka menyelesaikan studi manajemen dengan penerapan ilmu yang selama ini diperoleh.

- 2) Bagi Akademis

Dapat memberikan masukan yang berguna untuk bahan kajian Atau informasi bagi peneliti selanjutnya yang membutuhkan dan memberikan wawasan yang lebih luas bagi para mahasiswa di lingkungan Program Studi Manajemen.

b. Manfaat Praktis

- 1) Bagi Pihak Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan yang bersangkutan khususnya perusahaan CV Restu Ibu Utama dalam penyesuaian harga terhadap konsumen.

- 2) Bagi Peneliti

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat memberikan tambahan wawasan dan pengetahuan bagi peneliti. Selain itu

diharapkan penelitian ini kelak dapat dijadikan referensi bagi peneliti lain yang mengambil topik berkaitan dengan bidang percetakan, lokasi, dan penyesuaian harga serta keputusan pembelian jasa oleh konsumen.