

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Istilah "bisnis" digunakan secara sederhana untuk menggambarkan organisasi yang menghasilkan produk dan layanan serta operasi sehari-hari. Bisnis adalah kegiatan yang begitu kompleks, dan banyak faktor yang dapat mempengaruhi keberhasilan bisnis. Kompleksitas bisnis ini jelas terkait dengan masyarakat modern yang sangat juga kompleks. Dari perspektif ekonomis, bisnis yang baik adalah mereka yang mendapatkan keuntungan yang besar dan bisa memanfaatkan sumber daya yang langka dengan tepat yang ditujukan untuk menghasilkan produk-produk yang menyesuaikan kebutuhan masyarakat (Purwanto, 2020).

Berdirinya suatu bisnis atau perusahaan sangat membutuhkan pelanggan yang dapat membeli produk yang disediakan perusahaan. Pelanggan menjadi hal yang penting dalam dunia bisnis dikarenakan kesuksesan dari suatu bisnis berlandaskan pada seberapa banyak pelanggan yang membeli produk mereka. Perusahaan yang kehilangan pelanggan akan mengalami banyak kerugian yang bisa saja berakhir dengan kebangkrutan dari pihak perusahaan. Maka dari itu, setiap perusahaan harus berusaha untuk beradaptasi pada setiap perubahan dan keinginan pelanggan serta membangun hubungan yang baik agar dapat mempertahankan pelanggan mereka maupun meningkatkan pelanggan mereka.

Salah satu bisnis yang mampu bertahan dan selalu berkembang di Indonesia sejak lama dan masih ada sampai pada saat ini adalah bisnis percetakan. Dilansir pada *famousprinting* (2023), bisnis percetakan dikatakan terus mengalami kemajuan mengikuti perkembangan teknologi yang semakin modern dan penuh variasi. Usaha percetakan memiliki poin utama yang diperhatikan, yaitu usaha jasa desain yang dapat membantu bisnis, pemerintah, maupun masyarakat dalam mempromosikan produk dan layanan mereka atau untuk menarik perhatian pelanggan terhadap produk, bahkan hanya untuk kepuasan pribadi. Selain jasa desain, masih banyak yang dapat dilakukan oleh bisnis percetakan untuk menarik perhatian para pelanggan maupun calon pelanggan seperti sablon manual maupun digital, desain grafis, percetakan digital, media cetakan dan lain sebagainya.

Di kota Luwuk sendiri terdapat beberapa bisnis percetakan seperti *Kay Art Design*, *Agung Digital Print*, Percetakan Haji Tenry, Marisa Baru, dan terakhir adalah CV. Marroy Grafis yang baru berdiri pada tahun 2021 dan menyediakan berbagai layanan jasa desain dan produk seperti pembuatan spanduk baliho, *xbanner*, umbul-umbul, *stemple*, *ID card*, undangan, dan lain-lain. CV. Marroy Grafis berlokasi di Jl. Dr. Moh. Hatta, No. 127, Luwuk, Kabupaten Banggai, Sulawesi Tengah.

Selama beroperasi sejak awal dibuka, CV. Marroy Grafis mengalami naik-turun (fluktuasi) pada jumlah transaksi bisnisnya. Fluktuasi ini bisa diamati pada tabel 1.1 dimana penelitian ini mengambil kurun waktu 6 bulan sebagai dasar data.

Tabel 1. 1 Data Transaksi dan Pendapatan CV. Marroy Grafis (September 2023 - Februari 2024)

Bulan	Transaksi	Pendapatan	
September	208	Rp	73.931.500,00
Oktober	185	Rp	65.537.500,00
November	170	Rp	50.496.000,00
Desember	170	Rp	121.493.000,00
Januari	152	Rp	35.013.000,00
Februari	196	Rp	72.157.000,00

Sumber: Internal Data CV. Marroy Grafis

Dari tabel 1.1 menandakan bahwa terjadi penurunan pelanggan yang membeli produk dari Marroy Grafis pada bulan Oktober 2023 hingga Januari 2024, dengan angka yang semakin menurun diikuti dengan penurunan pendapatan pada bulan Oktober, November, dan Januari. Berbeda dengan bulan lainnya, pemasukan pada bulan Desember 2023 adalah yang terbesar daripada bulan lainnya, namun pemilik dari CV. Marroy Grafis masih khawatir dengan penurunan keputusan pembelian pelanggan mereka karena bulan Desember adalah waktu seluruh dunia menyambut hari natal dan tahun baru, yang seharusnya memiliki tingkat transaksi yang lebih tinggi daripada bulan lainnya. Penurunan tingkat transaksi ini dikhawatirkan akan terus terjadi dan terbukti pada bulan Januari 2024 jumlah transaksi terus menurun dan meskipun membaik pada Februari 2024, kekhawatiran dari pemilik usaha masih tetap berlanjut dan membuat pemilik usaha dari CV. Marroy Grafis menyetujui untuk melakukan penelitian ini pada perusahaan mereka.

Sebagai perusahaan yang menawarkan produk dan jasa, penurunan keputusan pembelian pada CV. Marroy Grafis adalah penyebab terjadinya penurunan transaksi. Setiap usaha membutuhkan pelanggan dan harus

mempertahkannya dengan menilai faktor-faktor yang bisa saja berpengaruh pada keputusan pembelian pelanggan.

Berdasarkan wawancara, *owner* melihat beberapa kekurangan pada mesin percetakan yang mereka miliki yang membuat kualitas produk yang dihasilkan belum maksimal dan juga beberapa pelanggan memberikan informasi bahwa daya tahan dari produk CV. Marroy Grafis masih sangat kurang. Selain itu, *owner* juga menduga bahwa fasilitas yang ada tidak cukup untuk membuat pengunjung atau pelanggan dapat merasa nyaman untuk mengantre yang disebabkan oleh fasilitas dari CV. Marroy Grafis tidak memiliki keunggulan dibandingkan dengan pesaing yang menyediakan fasilitas yang lebih baik sehingga dapat memuaskan pelanggan seperti pendingin ruangan dan ruang tunggu yang luas mengingat suhu di kota Luwuk cukup tinggi yang dapat membuat pengunjung merasa kepanasan dan tidak nyaman.

Gambar 1.1 Perbandingan Fasilitas CV. Marroy Grafis dengan pesaing



Sumber: Google Maps

Pemasaran media sosial pada CV. Marroy Grafis juga sekarang ini hanya menggunakan *whatsapp* untuk mempromosikan produk mereka dibandingkan pada awal tahun berdiri perusahaan yang masih menggunakan media sosial lain

termasuk *instagram* dan *facebook*. Dengan begitu, hal ini dianggap *owner* tidak efektif dan mungkin harus melatih karyawan untuk mengurus promosi pada media sosial mereka seperti pada awal berdirinya perusahaan dan Menurut Lukito & Fahmi (2020), Media sosial kini mempunyai peran yang penting dari segi penggunaan untuk memasarkan suatu produk karena setiap tahunnya, ada peningkatan yang mencolok dalam jumlah pengguna internet di Indonesia. Seperti pada hasil penelitian Yonatan A. Z. (2023), Tahun 2023 menandai kemajuan pesat dalam aktivitas media sosial di Indonesia dengan total 167 juta pengguna dengan perkiraan pada tahun 2026 memungkinkan untuk dapat melonjak menjadi dua kali lebih banyak daripada tahun 2017, sebesar 47,03%. Dengan peningkatan yang signifikan tentunya sangat menguntungkan bagi setiap perusahaan untuk mempromosikan produk dan mendapatkan pelanggan pada media sosial yang setiap tahun penggunaannya terus mengalami peningkatan.

Dengan fenomena yang ada, penulis tertarik melakukan penelitian pada CV. Marroy Grafis terkait dengan kualitas produk, fasilitas, dan komunikasi pemasaran media sosial yang dianggap *owner* adalah sumber masalah menurunnya transaksi pada perusahaan. Dengan penelitian ini, penulis berharap dapat mengetahui bagaimana pengaruh yang dapat diberikan terhadap keputusan pembelian agar dapat menjadi pedoman bagi CV. Marroy Grafis untuk mengembangkan usaha mereka.

1.2 Rumusan Masalah

Setelah melakukan *preliminary research* (penelitian pendahuluan) ditemukan bahwa rumusan masalah pada penelitian ini adalah kualitas produk

yang belum maksimal, fasilitas belum dapat memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan dan komunikasi pemasaran media sosial yang kurang diperhatikan yang diduga berdampak pada ketidakstabilan keputusan pembelian pada CV. Marroy Grafis.

1.3 Pertanyaan Penelitian

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pelanggan CV. Marroy Grafis?
2. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap keputusan pembelian pelanggan CV. Marroy Grafis?
3. Apakah komunikasi pemasaran media sosial berpengaruh terhadap keputusan pembelian pelanggan CV. Marroy Grafis?
4. Apakah kualitas produk, fasilitas, dan komunikasi pemasaran media sosial berpengaruh terhadap keputusan pembelian pelanggan CV. Marroy Grafis?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pelanggan CV. Marroy Grafis.
2. Mengetahui pengaruh fasilitas terhadap keputusan pembelian pelanggan CV. Marroy Grafis.
3. Mengetahui pengaruh komunikasi pemasaran media sosial terhadap keputusan pembelian pelanggan CV. Marroy Grafis.
4. Mengetahui pengaruh kualitas produk, fasilitas, dan komunikasi pemasaran media sosial terhadap keputusan pembelian pelanggan CV. Marroy Grafis.

1.5 Batasan Penelitian

1. Penelitian ini memiliki batasan untuk berfokus pada pengaruh kualitas produk, fasilitas, dan komunikasi pemasaran media sosial terhadap keputusan pembelian pelanggan.
2. Batasan penelitian dibatasi sesuai dengan judul penelitian yang mengandung 3 variabel independen dan satu variabel dependen.
3. Batasan penelitian didasari pada data periode 6 bulan (September 2023 – Februari 2024).

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoritis

1. Untuk Mahasiswa

Dengan melakukan penelitian ini, mahasiswa mendapatkan manfaat seperti mengetahui seberapa besar dampak atau pengaruh kualitas produk, fasilitas, dan komunikasi pemasaran media sosial terhadap keputusan pembelian. Selain itu, mahasiswa juga dapat mempelajari teknik pengambilan data untuk penelitian.

2. Untuk Peningkatan Pengetahuan

Dengan penelitian yang dilakukan, peneliti dapat memperdalam ilmu pengetahuan dengan melihat studi kasus secara langsung terkait dengan variabel-variabel yang peneliti masukan dalam penelitian ini.

1.6.2 Manfaat Praktis

Dengan penelitian ini, peneliti memiliki harapan agar penelitian ini dapat menjadi solusi bagi perusahaan untuk mempertahankan ataupun menciptakan loyalitas pelanggan dengan memperhatikan kelemahan-kelemahan internal yang ada dan segera memperbaikinya agar memperkecil atau menghilangkan risiko kehilangan pelanggan mengingat dunia persaingan yang semakin ketat.