

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Objek Penelitian

1.1.1 Sejarah Singkat Konveksi Negrin Vendor

Negrin vendor adalah sebuah rumah produksi yang berdiri sejak pertengahan tahun 2018 yang bergerak dibidang jasa produksi dengan home based di kota Bandung. Negrin Vendor menerima pemesanan produksi pembuatan seperti: kaos, polo shirt, jaket, sweater, parka, hoodie, Seragam, dll. Negrin Vendor melayani pesanan produksi baik personal, distro, perusahaan/instansi, sekolah, universitas, event, komunitas, partai, dan berbagai bidang lainnya dengan pemesanan quantity besar maupun kecil. Didukung dengan peralatan yang modern, sumber daya manusia (SDM) yang terampil dibidangnya dan berpengalaman, manajemen yang baik diharapkan bisa memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen dalam hal kualitas, ketepatan waktu produksi, pelayan terbaik serta harga yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan konsumen. Negrin Vendor adalah solusi bagi konsumen yang membutuhkan jasa produksi dengan Good Quality, Fast Response, Fast Progress, Negotiable Price, and Good Service.

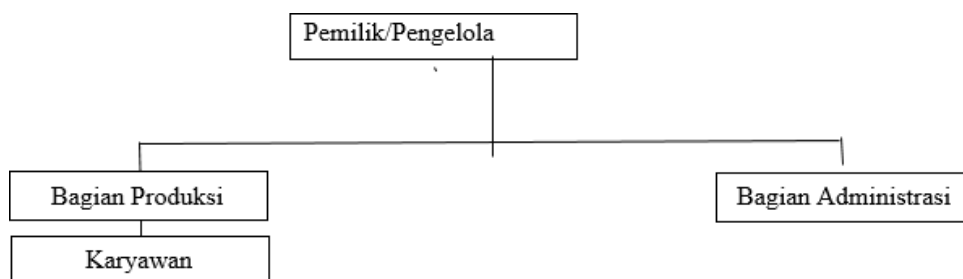
1.1.2 Logo Perusahaan



Gambar 1.1 Logo Perusahaan Negrin Vendor

Sumber : Data Perusahaan Konveksi Negrin Vendor

1.1.3 Struktur Organisasi



Gambar 1.2 Struktur Organisasi

Sumber : Data Perusahaan Konveksi Negrin Vendor

1.1.4 Visi dan Misi Konveksi Negrin Vendor

Perusahaan Konveksi Negrin Vendor sebagai salah satu Perusahaan Konveksi yang masih eksis sampai saat ini, yang mempunyai visi dan misi di dalam menjalankan kegiatan operasionalnya, tujuannya adalah untuk meningkatkan kinerja dan menambah jumlah konsumen.

Visi:

Menjadi sebuah konveksi yang berskala nasional dengan mengedepankan pada Trust, Professional, and Quality.

Misi

1. Mengutamakan kepuasan pelanggan
2. Memberikan pelayanan yang memuaskan
3. Penggunaan mesin produksi yang berkualitas dan sumber daya manusia yang terampil dan berpengalaman dibidangnya.
4. Terciptanya lapangan pekerjaan yang berkesinambungan dan sustainable dalam memenuhi kesejahteraan karyawan
5. Pengelolaan standarisasi operasional dan keuangan yang tersusun secara terstruktur.
6. Menjalin Continous Relationship terhadap konsumen.

1.1.5 Produk Konveksi Negrin Vendor

Berikut adalah daftar produk yang di tawarkan oleh konveksi Negrin Vendor

Tabel 1.1 Daftar Produk Konveksi Negrin Vendor

No	Nama Produk
1	T-Shirt
2	Polo Shirt
3	Jaket
4	Sweater
5	Hoodie
6	Parka
7	Seragam

Sumber : Data Perusahaan Konveksi Negrin Vendor

1.2 Latar Belakang

Di era modern seperti sekarang ini, perkembangan dunia bisnis semakin pesat. Hal tersebut mendorong semakin berkembangnya dunia bisnis di segala bidang. Kondisi yang terjadi sebagai efek samping dari fenomena tersebut adalah tingkat persaingan dalam dunia bisnis yang dihadapi perusahaan dapat dikatakan sangat tinggi. Persaingan tersebut memunculkan pasar yang kompetitif sehingga perusahaan harus selalu mengamati persaingan dalam lingkup bisnisnya. Salah satu bidang bisnis yang memiliki tingkat persaingan yang sangat tinggi adalah usaha di bidang konveksi. Perkembangan teknologi yang ada membuat segala proses produksi konveksi menjadi lebih mudah, sehingga para produsen lebih mudah dalam proses produksi.

Banyaknya usaha di bidang konveksi tersebut mengakibatkan para konsumen menjadi lebih kritis dalam memilih produk. Dalam melakukan pemesanan produk, para konsumen pasti perlu menentukan pilihan yang tepat agar tidak merasa kecewa atau menyesal terhadap suatu produk. Pada umumnya konsumen akan memilih kualitas bahan yang sesuai dengan keinginan maupun kebutuhan mereka. Selanjutnya konsumen akan melihat bentuk dan desain produk tersebut yang kemudian akan dibandingkan

dengan harga yang ditawarkan oleh produsen. Para konsumen akan membandingkan harga produk dengan kualitas produk tersebut.

Di era industri 4.0 sekarang ini banyak perusahaan UMKM yang mulai mendirikan usaha konveksi, baik dalam skala kecil maupun sedang. Para perusahaan tersebut tetap mempertahankan kualitas produknya agar perusahaan bisa bersaing di pasaran. Hal tersebut yang mengakibatkan persaingan dalam usaha konveksi menjadi sangat tinggi seiring dengan perkembangan industri tersebut di seluruh Indonesia.

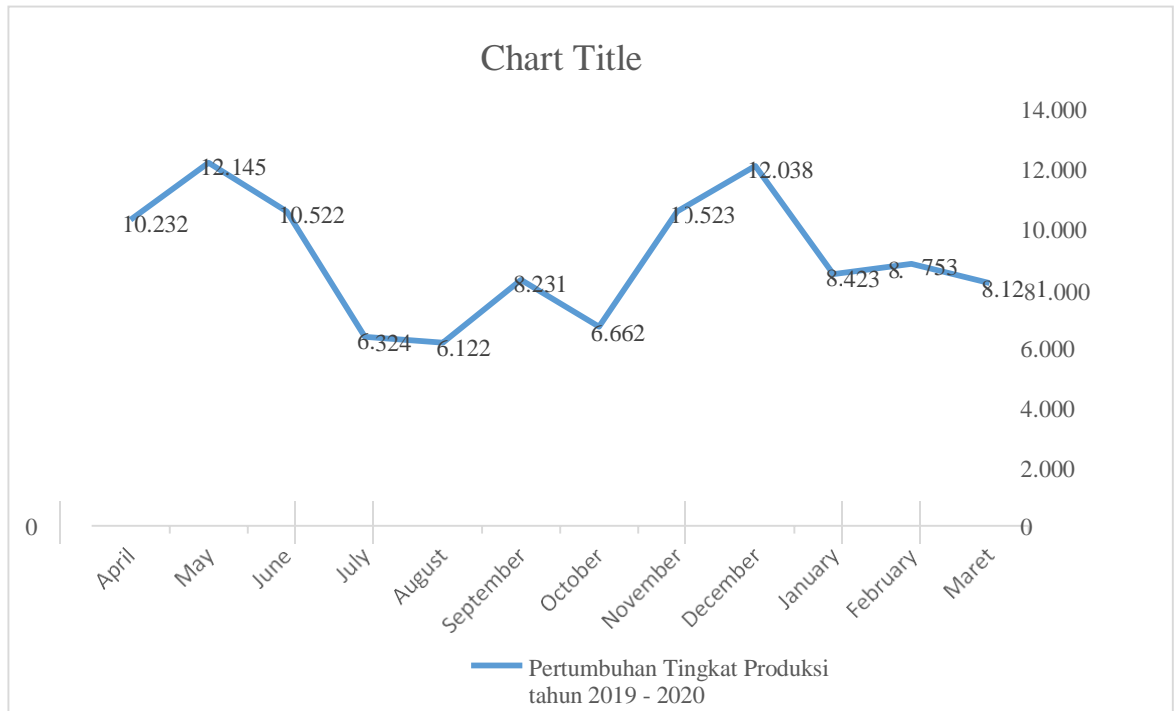
Tabel 1.2 Perusahaan Konveksi Se Indonesia

PROVINSI	JUMLAH KONVEKSI
Banten	34
Jakarta	125
Jawa Barat	198
Jawa Tengah	223
Jawa Timur	89

Sumber : ([https://kemenperin.go.id/direktori perusahaan](https://kemenperin.go.id/direktori_perusahaan))

Dapat dilihat dari table 1.2, Jawa Barat merupakan provinsi dengan pemegang jumlah perusahaan konveksi terbanyak kedua seIndonesia setelah provinsi Jawa Tengah. Pada penjelasan sebelumnya, perkembangan yang telah terjadi merupakan salah satu dampak dari berkembangnya teknologi terutama dalam bidang tekstil. Perkembangan tersebut memberikan efek meningkatnya jumlah perusahaan konveksi di Jawa Barat. Selain itu, perkembangan tersebut juga disebabkan oleh beberapa factor lain yaitu seperti meningkatnya peluang bisnis dari perusahaan konveksi. Fakta bahwa peluang bisnis pada perusahaan konveksi tidak pernah mati memang tidak dapat dipungkir. Hal ini terjadi karena pakaian merupakan salah satu kebutuhan pokok manusia yaitu kebutuhan sandang, pangan, dan papan yang jumlah pemesanannya minimal dalam jumlah puluhan bahkan ratusan pakaian. Omset yang diperoleh oleh pemilik usaha pun tidak sedikit juga ditopang oleh prodit yang optimal. Hal tersebut membuat banyak perusahaan yang membangun konveksi karena menjadi salah satu peluang usaha yang tidak pernah mati seiring dengan pertumbuhan populasi manusia. Konveksi Negrin Vendor merupakan salah satu perusahaan konveksi yang dikenal dikawasan / wilayah Komplek bumi asri, padasuka, Jawa Barat. Sebagai perusahaan yang baru berdiri Negrin Vendor harus mempertimbangkan bagaimana cara menarik konsumen agar memproduksi di

workshopnya. Total kapasitas produksi yang bisa dikerjakan di Negrin Vendor dalam sebulan adalah sebanyak 20000 pieces. Negrin Vendor menetapkan target produksinya sebanyak minimal 15000 pieces perbulan agar kegiatan produksi dan operasional dapat terus berjalan. Namun, terkadang target yang telah di tentukan perusahaan tidak tercapai walaupun pada bulan-bulan tertentu melebihi target yang telah ditentukan. Biasanya pesanan tertinggi terjadi pada bulan - bulan tertentu seperti, bulan ramadhan atau menjelang idul fitri dan tahun ajaran baru



Gambar 1.3 Tingkat Penjualan Konveksi Negrin Vendor

Sumber : Data Perusahaan konveksi Negrin Vendor

Dapat dilihat dari Gambar 1.2, tingkat penjualan tertinggi selama dua belas bulan terakhir terjadi pada bulan mei yaitu sebanyak 12.145 item. Kemudian penjualan tertinggi kedua yaitu pada bulan Desember dengan jumlah penjualan sebesar 12.038 item. Biasanya pesanan tertinggi terjadi pada bulan - bulan tertentu seperti, bulan ramadhan atau menjelang idul fitri dan tahun ajaran baru. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi peningkatan maupun penurunan jumlah penjualan yaitu tingkat kepuasan pelanggan dan meningkatnya persaingan yang membuat perusahaan ini tidak dapat memenuhi target yang ingin dicapai (Khuriyati, 2013). Hal tersebut menjadi salah satu fokus yang sangat penting bagi perusahaan konveksi Negrin Vendor dalam meningkatkan kualitas produk sehingga dapat bersaing dengan kompetitor lainnya. Salah satu cara yang

dapat dilakukan dalam menghadapi persaingan yang ketat dengan perusahaan konveksi lainnya adalah dengan menjaga kualitas produk yang dihasilkan. Selain dipengaruhi faktor lain, kualitas produk sangat mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap pembelian suatu produk. Dengan memiliki kualitas produk yang baik maka hal tersebut dapat menciptakan kepuasan konsumen terhadap satu produk.

No	Jumlah produksi per bulan	Jumlah barang cacat per bulan
April	10.232	76
Mei	12.145	133
Juni	10.522	56
Juli	6.324	30
Agustus	6.122	23
September	8.231	25
Oktober	6.662	47
November	10.532	68
Desember	12.038	99
Januari	8.432	56
Februari	8.753	84
Maret	8.128	87

Kepuasan konsumen merupakan hal penting bagi suatu perusahaan. Maka sering terlihat slogan – slogan ” Pelanggan adalah raja ”. Kata kepuasan (satisfaction) berasal dari bahasa Latin “satis” artinya cukup baik, memadai dan “facio” yang artinya melakukan atau membuat. Menurut Kotler dan Amstrong (2012:13) Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesan terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan - harapannya. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi pada penurunan jumlah penjualan yaitu menurunnya

pangsa pasar dan meningkatnya persaingan yang membuat perusahaan ini tidak dapat memenuhi harapan pelanggan.

Berdasarkan observasi kepada pelanggan yang sudah pernah memesan produk pada konveksi Negrin Vendor di Bandung dengan cara mewawancarai konsumen konveksi Negrin Vendor sebanyak 30 orang responden, diperoleh ketidakpuasan atas produk Konveksi Negrin Vendor di Bandung.

No.	Indikator	Persentase
1.	Bahan tidak sesuai dengan deskripsi awal	27%
2.	Kerapihan jahitan	33%
3.	Kurang inovatif	12%
4.	Ukuran desain produk tidak sesuai dengan deskripsi awal.	19%

Dapat dilihat dari hasil pra-survey sebagian konsumen merasakan beberapa keluhan mengenai kualitas produk dari konveksi Negrin Vendor Bandung. Keluhan tersebut berupa bahan yang dipakai tidak sesuai dengan ketentuan awal sebelum produksi sebesar 27%. Selanjutnya terdapat konsumen yang mengeluh mengenai kerapihan jahitan sebesar 33%. Kemudian terdapat keluhan konsumen mengenai kurang inovatif sebesar 12% dan keluhan mengenai ukuran desain produk tidak sesuai dengan ketentuan awal sebesar 19%. Ketidakpuasan oleh produk konveksi belum membuahkan hasil yang diharapkan pelanggan. Konveksi Negrin Vendor harus memikirkan bagaimana cara memproduksi dengan mempertahankan kualitas produknya agar pelanggan mendapatkan kepuasan yang didapat terhadap produk yang diproduksi oleh konveksi Negrin Vendor. Hal tersebut tentunya sangat berpengaruh terhadap perkembangan perusahaan terutama dalam hal profit. Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang jasa produksi tentunya kualitas produksi merupakan komponen yang harus selalu dijaga untuk menjaga kepercayaan konsumen terhadap perusahaan. Semakin bagus kualitas produksi sebuah perusahaan tentunya akan berdampak positif bagi perusahaan tersebut dan sebaliknya jika kualitas yang dihasilkan tidak sesuai yang diinginkan konsumen akan berdampak negatif pada perusahaan tersebut.

Menurut Kotler dan Amstrong (2013:253) Kualitas Produk adalah kemampuan suatu produk dalam memberikan kinerja sesuai dengan fungsinya. Bila suatu produk telah dapat menjalankan fungsi-fungsinya dapat dikatakan sebagai produk yang memiliki kualitas yang baik. Namun demikian dari sudut pemasaran kualitas harus diukur dari sisi persepsi pembeli tentang kualitas produk tersebut. Menurut Kotler dan Amstrong (2012:13) Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesan terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya. Kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Ashar, 2016).

Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian untuk mengetahui sejauh mana kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di

konveksi Negrin Vendor. Maka dari itu penulis melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Konveksi Negrin Vendor Bandung”**

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana kualitas produk di perusahaan konveksi Negrin Vendor?
2. Bagaimana tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk yang diberikan oleh perusahaan konveksi Negrin Vendor?
3. Seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di Konveksi Negrin Vendor?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian maka penelitian ini bertujuan untuk mengkaji mengenai:

1. Mengetahui kualitas produk pada perusahaan konveksi Negrin Vendor.
2. Mengetahui tingkat kepuasan pelanggan perusahaan konveksi Negrin Vendor.
3. Seberapa besarnya pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan perusahaan konveksi Negrin Vendor.

1.5 Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas kajian mengenai ilmu pemasaran yang ada di program studi administrasi bisnis, yang dapat dilihat dari kegunaan akademis (teoritik) pengembangan keilmuan dan kegunaan praktis (empirik).

1.5.1 Kegunaan Akademis

Dapat memberikan masukan ilmu mengenai pemasaran pada jurusan Administrasi Bisnis. Serta dapat memberikan saran bagi peneliti dalam mengembangkan kajian mengenai ilmu pemasaran khususnya tentang kualitas produk, kepuasan pelanggan, dan pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.

1.5.2 Kegunaan Praktis

1. Dapat memberikan masukan bagi pihak perusahaan konveksi Negrin Vendor

untuk meningkatkan kualitas produknya dalam hal kinerja, daya tahan, kesesuaian dengan spesifikasi, fitur, realibilitas, estetika, dan kesan kualitas.

2. Memberikan masukan bagi pihak perusahaan konveksi Negrin Vendor untuk meningkatkan kepuasan konsumen dalam hal kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, faktor emosional, dan kemudahan.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan disusun untuk memberikan gambaran umum tentang penelitian yang dilakukan. Sistematika penulisan disusun sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada BAB I berisi mengenai gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan dan kegunaan diadakannya penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada BAB II berisi mengenai penelitian sebelumnya, landasan teori yang digunakan sebagai dasar dari analisis penelitian, ruang lingkup penelitian, serta kerangka pemikiran.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada BAB III berisi mengenai objek penelitian, metode penelitian, jenis, dan teknik pengumpulan data.