

STUDI PERILAKU KONSUMEN DALAM MEMILIH JASA PERCETAKAN PRIMA PRINT DI SURABAYA

Sandy^{1*}

¹Universitas Widya Kartika

Abstrak

Di Surabaya khususnya didaerah Petemon dikenal dengan kawasan industri percetakan dikarenakan banyaknya percetakan baik yang percetakan kecil maupun besar diantaranya Prima Print, diantara banyaknya percetakan, banyak konsumen yang lebih memilih cetak di Prima Print. Skripsi ini menggunakan teknik pengumpulan data observasi, wawancara kepada 8 orang narasumber yang telah menggunakan jasa percetakan Prima Print, dan dokumentasi. Tujuan dilakukannya penelitian ini untuk mengetahui perilaku konsumen dalam memilih jasa percetakan Prima Print di Surabaya. Teknik analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Dari hasil wawancara diketahui perilaku konsumen dalam memilih jasa percetakan Prima Print dikarenakan kualitas jasa percetakan yang bagus, kualitas layanan untuk pengiriman cepat dan pelayanan yang ramah, harga yang relatif murah, lokasi yang mudah diakses serta adanya pemberian diskon.

Kata Kunci : perilaku konsumen, percetakan

Abstract

In Surabaya, especially in the area of Petemon known as the printing industry area because of the many printing both small and large printing including Prima Print, among the many printing, many consumers who prefer printing at Prima Print. This thesis uses observation data collection techniques, interviews with 8 speakers who have used Prima Print printing services, and documentation. The purpose of this study was to determine consumer behavior in choosing Prima Print printing services in Surabaya. Data analysis techniques using data reduction, data presentation and drawing conclusions / verification. From the interview results it is known that consumer behavior in choosing Prima Print printing services is due to the good quality of printing services, the quality of services for fast delivery and friendly service, relatively cheap prices, easily accessible locations and the existence of discounts.

Keywords : konsumen behavior, printing

1. PENDAHULUAN

Di Era Globalisasi ini dunia industri terus mengalami perkembangan, dimana dunia industri sekarang telah memasuki era revolusi industry 4.0. tentu dunia industri memiliki sejarah yang panjang. Sejarah revolusi industri pertama atau dinamakan revolusi industri 1.0 terjadi di Abad ke 18 ketika James Watt menemukan mesin uap yang mengubah dunia perindustrian. Kemudian pada abad ke 20 memasuki era revolusi industri 2.0 dimana pabrik-pabrik mulai menggunakan tenaga listrik yang jauh lebih murah dibandingkan mesin uap, Kemudian di revolusi industry 3.0 dimana kemajuan teknologi komputer sudah luar

biasa pesat sehingga mesin-mesin pun bisa bergerak dan berpikir secara otomatis.

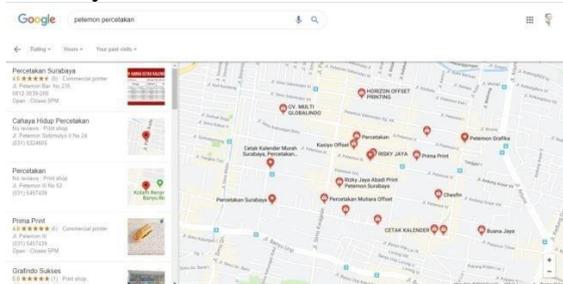
Menurut data yang dirilis Kementerian Perindustrian Republik Indonesia pada tahun 2019 menunjukkan bahwa industri – industri yang mengalami pertumbuhan diantaranya adalah industri percetakan. Percetakan (*printing*) sendiri merupakan teknologi atau seni yang memproduksi salinan dari sebuah *image* dengan sangat cepat, seperti kata-kata atau gambar-gambar (*image*) di atas kertas, kain, dan permukaan-permukaan lainnya. Dikarenakan perkembangan ilmu dan teknologi semakin cepat kemajuannya, sehingga pada saat ini industri percetakan sudah semakin komplit dan modern.

^{*}Penulis Korespondensi



Gambar 1.1 Industri yang mengalami kenaikan pertumbuhan pada tahun 2018

Usaha percetakan termasuk usaha yang sangat menjanjikan karena setiap perusahaan pasti membutuhkan percetakan untuk mempromosikan bisnisnya seperti *packaging* untuk membuat produk lebih menarik, brosur untuk penawaran produknya, buku *company profile* untuk informasi perusahaannya, *banner* untuk promosi produknya, dan lain sebagainya. sehingga tidak heran banyak pelaku usaha percetakan bermunculan, Di Surabaya sendiri, usaha percetakan jumlahnya sangat banyak, hal ini membuat perusahaan jasa percetakan yang berlokasi di Surabaya ini tentu mengalami persaingan yang cukup ketat dalam merebut pangsa pasar karena banyaknya perusahaan sejenis baik perusahaan yang sudah lama berdiri maupun perusahaan pendatang baru. Salah satunya adalah percetakan Prima Print, Prima Print merupakan perusahaan yang bergerak dibidang percetakan offset sejak berdiri hingga sekarang telah berkembang menjadi salah satu perusahaan percetakan terbesar di Surabaya.



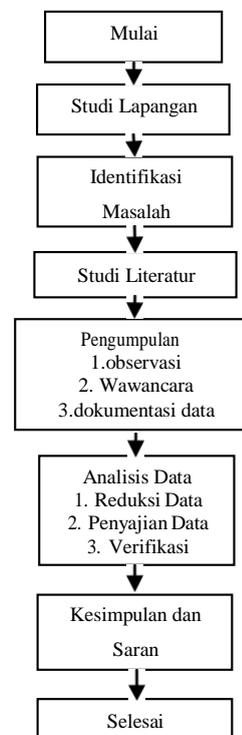
Gambar 1.2 Jumlah Percetakan yang ada di daerah Petemon

Dengan banyaknya jumlah percetakan

di wilayah sekitar Petemon tentu ini menyebabkan konsumen lebih memiliki banyak pilihan untuk menggunakan jasa cetak dan juga membuat konsumen menjadi selektif dalam mempertimbangkan layanan jasa cetak yang akan digunakan selain itu ditambah juga dengan meningkatnya persaingan bagi para pemilik usaha percetakan, tidak terkecuali Prima Print. Walau didaerah Petemon banyak usaha percetakan tetapi banyak konsumen yang lebih memilih mencetak di Prima Print dibandingkan percetakan lain Meskipun banyak yang lebih memilih mencetak di Prima Print tetap perlu perlu memperhatikan strategi pemasaran jasa guna menarik konsumen untuk menggunakan jasa cetaknya sehingga tidak kalah dalam persaingan. Strategi pemasaran jasa yang telah digunakan Prima Print selama ini adalah mempromosikan hasil produksi cetakan melalui media sosial sehingga masyarakat yang melihatnya akan tertarik.

2. METODE PENELITIAN

Tahap-tahapan dalam melakukan penelitian ini dapat dilihat pada flowchart berikut:



Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah data kualitatif. Data ini merupakan deskripsi informasi yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara dan dokumentasi yang menggambarkan mengenai masalah yang diteliti.

Sumber Data

Menurut Santoso dan Tjiptono (2011:110) Dalam Sona (2018:42), data primer adalah data yang dikumpulkan untuk riset yang sedang berjalan dan data yang diperoleh langsung dari lapangan yaitu dari hasil wawancara. Sedangkan sumber data pada penelitian ini diambil dari para konsumen percetakan Prima Print di Surabaya serta sumber data yang mendukung seperti buku seputar teori manajemen, pemasaran dan jurnal juga digunakan dalam penelitian ini.

Populasi

Menurut Sugiyono (2001:72) dalam Sona (2018:43), populasi merupakan wilayah generasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi penelitian ini adalah seluruh konsumen Prima Print.

Sampel

Menurut Santoso dan Tjiptono (2001:80) dalam Sona (2018:44), sampel adalah bagian atau sejumlah cuplikan tertentu yang diambil dari suatu populasi dan diteliti secara rinci. Jumlah informan pada penelitian ini ditetapkan sebanyak 8 orang dengan pertimbangan dari 8 orang informan tersebut sudah dinilai obyektif untuk menjawab masalah penelitian yang dirumuskan

Teknik Sampling

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling sebagaimana pendapat Sugiyono (2016:368), *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data

yang didasarkan pada pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu itu seperti orang yang dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan atau mungkin dia sebagai penguasa sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi obyek/situasi sosial yang diteliti.

Metode Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2016:376) secara umum terdapat empat macam teknik pengumpulan data, yaitu observasi, wawancara, dokumentasi .

Adapun tema wawancara berhubungan dengan berbagai aspek dari perilaku konsumen dan kualitas jasa.

Teknik Analisis Data

Menurut Miles & Huberman (1992:21) dalam menganalisis data kualitatif terdapat tiga tahapan dengan model interaktif, yaitu:

1. Reduksi data

Berdasarkan pengumpulan fakta dilapangan diperoleh data yang cukup banyak, oleh karena itu harus dicatat secara detail dan teliti. Seperti yang sudah dibahas sebelumnya, jika penulis melakukan penelitian dengan jangka waktu yang lama di lapangan maka secara otomatis jumlah data yang didapatkan juga akan banyak, rumit serta kompleks. Maka dari itu, perlu adanya reduksi data. Mereduksi data adalah merangkum, memilih hal yang menjadi inti, berfokus pada hal yang penting, dan menentukan polanya penelitian.

2. Penyajian Data

Pada tahap penyajian ini, penulis mengumpulkan informasi secara terstruktur yang memberikan adanya pembuatan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Dengan berfokus pada penyajian data, penulis akan mengerti apa yang terjadi, dan apa yang harus dikerjakan.

3. Mengambil Kesimpulan atau Verifikasi

Tahapan terakhir adalah melakukan

*)Penulis Korespondensi

pembuatan kesimpulan atau verifikasi. Kesimpulan pertama yang dibuat hanya bersifat sementara dan bisa berubah apabila ditemukan bukti baru yang lebih valid dalam pengumpulan fakta dilapangan. Dengan demikian kesimpulan dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sesuai dengan permasalahan yang dikemukakan dalam penelitian ini, maka akan dijelaskan mengenai variabel-variabel yang berpengaruh terhadap perilaku konsumen dalam memilih jasa cetak Prima Print di Surabaya. Adapun variabel-variabel dalam penelitian ini adalah kualitas hasil cetakan, kualitas pelayanan, harga, lokasi, pemberian diskon, dan perilaku konsumen.

Pendapat Narasumber Terhadap Kualitas Jasa Prima Print

1. Respon terhadap kualitas hasil cetakan.

Selain warna, ada juga kertas dan bentuk dari hasil cetakan yang dapat menilai kualitas dari hasil cetakan. Jika produk yang dicetak bermacam-macam tentu jenis kertasnya berbeda hasilnya pun berbeda-beda tergantung dari tingkat kesulitan pengerjaannya juga. Dari hasil wawancara ke 8 narasumber memberikan pendapat bahwa kualitas hasil cetakan sudah bagus sesuai dengan harapan

2. Respon terhadap kualitas layanan.

Dari hasil wawancara, beberapa orang narasumber memberikan pendapat bahwa waktu pengiriman sudah cepat sementara 2 orang narasumber lain mengatakan bahwa respon yang diberikan oleh pihak Prima Print masih tergolong lambat dan perlu untuk ditingkatkan.

3. Respon terhadap harga.

Beberapa narasumber mengatakan bahwa harga yang ditetapkan oleh Prima Print untuk layanannya tergolong murah dan dapat dijangkau. Sementara dari 2 orang narasumber mengatakan kalau harga yang dipasang oleh Prima Print itu tidak murah tetapi juga tidak mahal, Sedangkan ada salah

satu konsumen yang memiliki pendapat harga mahal. Tentu untuk setiap produk itu berbeda-beda harganya dikarenakan tergantung dari bahan yang digunakan, desain serta tingkat kesulitan pengerjaannya.

4. Respon terhadap lokasi.

Dari berbagai pendapat dari konsumen percetakan prima print menunjukkan bahwa lokasi memiliki pengaruh terhadap keputusan dalam memilih jasa percetakan Prima Print, lokasi yang dekat serta akses yang mudah menumbuhkan minat konsumen untuk datang ke lokasi, sedangkan akses yang susah dan jauh membuat konsumen merasa malas untuk pergi kesana.

5. Respon terhadap pemberian diskon.

Prima Print memberikan diskon kepada konsumen yang setia menggunakan jasa percetakannya seperti narasumber E yang sudah menjadi pelanggan Prima Print lumayan lama sehingga sesekali diberikan diskon sebagai bentuk apresiasi sehingga konsumen merasa diperhatikan oleh percetakan Prima Print. Berbeda dengan narasumber E yang diberikan diskon karena loyal terhadap perusahaan Prima Print, narasumber berikut diberikan diskon karena kompensasi antara Prima Print dengan konsumen tersebut dikarenakan ada suatu masalah, pemberian diskon dilakukan sebagai bentuk kompensasi kepada konsumen yang merasa dirugikan oleh Prima Print, sehingga dengan pemberian diskon tersebut diharapkan konsumen tidak menjadi kecewa dan akhir tidak lagi mencetak di Prima Print.

Perilaku Konsumen dalam memilih jasa percetak Prima Print

1. Produk yang dicetak di Prima Print

Dari hasil wawancara ke 4 narasumber dapat diketahui bahwa mereka mencetak dengan produk yang beragam tetapi diantaranya ada kesamaan yaitu cetak dus-dus baik itu dus makanan, kue, maupun dus untuk jam tangan, dan 3 orang narasumber mempunyai kesamaan yaitu sama-sama

mencetak kartu nama, Sementara hanya 1 dari 8 orang narasumber yang mencetak di Prima Print untuk produk foodwrapper.

2. Sumber informasi yang didapat mengenai Prima Print.

Dari hasil wawancara 6 orang narasumber, mereka mendapatkan informasi percetakan prima print ini dari internet dan media sosial seperti instagram, sementara hasil wawancara 2 orang narasumber, mereka mendapatkan informasi percetakan prima print dari teman yang juga merekomendasikan untuk mencetak disana.

3. Pertama kali menggunakan jasa percetakan Prima Print.

1 orang narasumber memberikan tanggapan bahwa ia pertama kali cetak sejak tahun 2017 bisa dikatakan ia adalah konsumen yang loyal serta 2 orang narasumber yang mengatakan bahwa pertama kali cetak sejak tahun 2018, kemudian 5 orang narasumber lain baru cetak di tahun 2019.

4. Alasan memilih mencetak di Prima Print dibandingkan di percetakan lain.

Dari 2 orang narasumber yang memberikan informasi bahwa mereka mencetak di prima print dikarenakan ada referensi dari teman, kemudian 4 orang narasumber lain mencetak dikarenakan ingin mencoba karena tertarik melihat gambar yang di instagram, kemudian 1 orang narasumber lain mencetak dikarenakan ingin membandingkan kualitas warna dari percetakan lain. Dan 1 orang narasumber lain mencetak di prima print dikarenakan pelayanan yang memuaskan

5. Seberapa sering konsumen menggunakan jasa percetakan Prima Print.

Dari 3 orang narasumber berpendapat bahwa mereka sangat jarang mencetak karena memang kebutuhan mereka sedikit, kemudian 4 orang narasumber lain mengatakan bahwa mereka jarang mencetak yakni sekitar 1 bulan sekali sementara 1

orang narasumber lain bisa dikategorikan sering mencetak, seperti 2 minggu sekali.

6. Kesan setelah menggunakan jasa percetakan Prima Print.

Dari 1 orang narasumber mengatakan puas dikarenakan ada pemberian diskon yang diberikan oleh Prima Print. Sedangkan 2 orang narasumber lain mengatakan karena kualitas hasil cetakannya yang bagus, sementara 4 orang narasumber lain mengatakan kualitas pelayanan yang bagus seperti pengiriman yang cepat, respon yang tanggap, kemudian 1 orang lainnya mengatakan sudah cukup baik hanya saja perlu ditingkatkan lagi pelayanannya.

4. KESIMPULAN

Bedasarkan hasil wawancara dari 8 orang narasumber dapat diketahui perilaku konsumen dalam memilih jasa percetakan Prima Print adalah konsumen mendapatkan informasi prima print ini dari teman dan dari instagram, kemudian tertarik dikarenakan melihat hasil cetakannya yang bagus lalu kemudian mencoba mencetak di prima print untuk produk-produk seperti dus-dus, kartu nama, brosur. Setelah mencoba ternyata kualitas hasil cetakannya bagus sesuai dengan harapan serta kualitas pelayanan yang diberikan sudah cukup baik seperti pengirimannya yang tergolong cepat serta respon dan komunikasi yang baik kemudian lokasi yang mudah diakses serta harga yang relatif murah untuk produk produk seperti dus-dus lalu dikarenakan ada pemberian diskon untuk konsumen yang setia dan sebagai bentuk tanggung jawab atau kompensasi sehingga konsumen akan kembali cetak di Prima Print dan bukan percetakan lain dikarenakan merasa puas.

Daftar Pustaka

Dharmawan, A., & Wurjaningrum, F. (2016). Rancangan perbaikan kualitas pelayanan jasa dengan metode servqual, importance performance analysis, dan quality function deployment pada plasa telkom cabang

- Dinoyo Surabaya. *Jurnal manajemen teori dan terapan| journal of theory and applied management*, 7(3).
- Dwiastuti., et al. (2011). Ilmu perilaku konsumen. UB Press.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). Pemasaran jasa:(Strategi, mengukur kepuasan dan loyalitas pelanggan). Deepublish.
- Gultom, L. S., & Purba, F. (2019). Pengaruh lokasi dan harga terhadap keputusan pembelian pada toko sepatu alaspat pematangsiantar. *Manajemen: Jurnal ekonomi*, 1(1).
- Kurniawan, I., & Utomo, B. B. (2013). Persepsi konsumen dalam meningkatkan kualitas jasa pelangi printing pada CV. Aura Alya Jaya Pontianak. *Jurnal pendidikan dan pembelajaran*, 2(12).
- Maarif, Z. (2015). Strategi komunikasi pemasaran biro iklan warna (studi deskriptif kualitatif komunikasi pemasaran PT. Warna Rekakreasi Nusantara dalam mempertahankan loyalitas pelanggan (*Doctoral dissertation*, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Milles, M.B, et al. (1992). Analisis data kualitatif. Jakarta: UI Press.
- Nugraha, G. R., & Abdurrahman, M. S. (2019). Pelaksanaan strategi komunikasi pemerintah Indonesia dalam penanggulangan hoax (studi kualitatif deskriptif laman aduan konten. Id kementerian komunikasi dan informatika). *Eproceedings of management*, 6(1).
- Peter dan Olson (2013). Perilaku konsumen dan strategi pemasaran. Jakarta: Salemba empat.
- Ramadhani, R., & Prihatini, A. E. (2018). Pengaruh electronic word of mouth dan perceived risk terhadap keputusan pembelian pada konsumen tokopedia. *Jurnal ilmu administrasi bisnis*, 7(5), 140-145.
- Sona, B. A. (2018). Analisis faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam keputusan memilih jasa pendidikan sekolah menengah atas (SMA) (*Doctoral dissertation*, University of Muhammadiyah Malang).
- Sugiyono (2016). Metode penelitian manajemen. Bandung: Alfabeta.
- Suryani, T. (2008). Perilaku konsumen: implikasi pada strategi pemasaran. Yogyakarta: Graha Ilmu, 118.
- Sutrisno, B., Fathoni, A., & Malik, D. (2019). Studi kualitatif: Pemberdayaan karyawan di sekolah Maria Regina Semarang. *Journal of management*, 5(5).
- Wijaya, R. B., & Sidiq, S. S. (2017). Pertimbangan konsumen memilih hotel (Study pada konsumen di Swissbelinn Ska Pekanbaru). *Jurnal online mahasiswa fakultas ilmu sosial dan ilmu politik Universitas Riau*, 4(2), 1-13.
- Wulandari, D. (2018). Fungsi publik relations dalam meningkatkan perilaku konsumen dalam perspektif islam pada CV. Fariz Digital Printing Bandar Lampung (*Doctoral dissertation*, uin raden intan Lampung).