



Analisis Pengaruh Kebijakan Lokasi dan Kebijakan Produk terhadap Kepuasan Penggunaan Jasa Percetakan Sua Grafika Padangsidimpuan

Rizky Mery Octavianna Lubis^{1*}, Yusuf Pathuansyah², Nursalamah³

Universitas Graha Nusantara, Indonesia¹

Universitas Graha Nusantara, Indonesia²

Universitas Graha Nusantara, Indonesia³

Corresponding Email: rizkyoctavialubis@gmail.com*

Abstract

This research is a quantitative descriptive study which aims to determine and analyze the influence of location and product policies on the decision to use the Sua Graphics Printing service in Padangsidimpuan, and to find out the most dominant factors influencing the decision to use printing services using the Sua Graphics Padangsidimpuan printing service. The hypothesis in this research is that location policy and product policy have a positive and significant effect on the decision to use Sua Graphics Padangsidimpuan printing services. The population and sample for this study were 30 employees. To obtain the required data, documentation techniques and questionnaires were used as data sources. The data obtained was then analyzed quantitatively using the multiple linear regression formula. The results of this research are that there is a positive and significant influence between the Location Policy provided by Sua Graphic Printing on the Decision to Use Sua Graphic Printing Services in Padangsidimpuan. Then there is a positive and significant influence between Product Policy on the Decision to Use Sua Graphics Printing Services in Padangsidimpuan.

Keywords: Location Policy, Product Policy, Service User Policy

Abstrak

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kebijakan lokasi dan produk terhadap keputusan penggunaan jasa Percetakan Sua Grafika Padangsidimpuan, dan untuk mengetahui factor yang paling dominan mempengaruhi keputusan penggunaan jasa percetakan menggunakan jasa percetakan Sua Grafika Padangsidimpuan. Hipotesis dalam penelitian ini adalah kebijakan lokasi dan kebijakan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa percetakan Sua Grafika Padangsidimpuan. Populasi dan sampel penelitian ini adalah pegawai

yang berjumlah 30 orang. Untuk mendapatkan data yang diperlukan maka digunakan teknik dokumentasi dan angket sebagai sumber data. Data yang diperoleh selanjutnya dianalisis secara kuantitatif dengan menggunakan rumus regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Kebijakan Lokasi yang diberikan Percetakan Sua Grafika terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Percetakan Sua Grafika Padangsidimpuan. Kemudian terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Kebijakan Produk terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Percetakan Sua Grafika Padangsidimpuan.

Kata kunci: Kebijakan Lokasi, Kebijakan Produk, Kebijakan Pengguna Jasa

Pendahuluan

Bisnis percetakan merupakan industri yang berkembang secara cepat dan dinamis dalam kehidupan modern di kota-kota besar, karena hampir di setiap aspek kehidupan kota memerlukan jasa percetakan dan dokumentasi, sehingga pada saat ini di kota Padangsidimpuan ini terdapat banyak perusahaan percetakan, baik dalam skala besar maupun dalam skala kecil. Perkembangan jumlah perusahaan percetakan tersebut mengakibatkan semakin tingginya persaingan usaha diantara mereka (Hayati et al., 2024).

Kondisi kompetisi yang semakin ketat, membuat para pelaku pasar dan produsen berlomba untuk memenangkan persaingan yang sangat ketat ini. Salah satu upaya untuk merebut pangsa pasar yaitu dengan lokasi usaha yang strategis (Fathurohman, 2023). Lokasi adalah letak usaha atau penjualan barang yang ditentukan perusahaan sehingga dapat dijangkau oleh konsumen. Lokasi yang strategis diartikan sebagai letak yang dapat dijangkau oleh konsumen dan memberikan berbagai kemudahan bagi konsumen dalam memenuhi kebutuhannya. Lokasi yang mudah dijangkau oleh konsumen akan menjadi pilihan utama dalam melakukan pembelian (Yodiansyah et al., 2023).

Percetakan Sua Grafika Padangsidimpuan merupakan salah satu Perusahaan percetakan yang telah beroperasi di kota Padangsidimpuan sejak tahun 2000-an. Perusahaan ini selalu mengutamakan kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*), dan berusaha memberikan pelayanan yang memuaskan (*service excellent*), melalui peningkatan kualitas produk, penyediaan peralatan baru dan modern serta tepat waktu (Marbun et al., 2023).

Kegiatan produksi perusahaan ini pada awalnya hanya sablon, penjilidan dan ketik manual saja, tetapi seiring dengan berjalannya waktu maka permintaan pelanggan semakin komplis dan perusahaan ini meningkatkan layanannya dengan menyediakan mesin fotocopy, mesin cetak offset, dan komputer (Attalansyah & Anshori, 2023). Hingga saat ini perusahaan terus berkembang dan mampu mengikuti tren teknologi percetakan, yaitu dengan menyediakan mesin fotocopy tercanggih, laminating, alat untuk menjilid ring, mesin scanner dengan kualitas terbaik serta kelengkapan percetakan dan layanan dokumen terbaru lainnya.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak manajemen Percetakan Sua Grafika Padangsidimpuan, perusahaan ini telah mengalami kemajuan dari tahun ke tahun karena tempatnya sangat strategis untuk mengembangkan bisnis percetakan. Dekat dengan sekolah dan banyak perusahaan-perusahaan lain yang beroperasi di sekitar percetakan ini. Sekarang

Percetakan Sua Grafika Padangsidimpuan memiliki pangsa pasar dari berbagai jenis kalangan. 55% dari kalangan atas (perkantoran elit, kantor PEMKO), 35% umum dan 10% mahasiswa.

Keputusan konsumen untuk membeli merupakan sikap konsumen yang memutuskan untuk membeli suatu barang atau jasa yang dibutuhkannya. Keputusan konsumen untuk membeli dipengaruhi oleh beberapa faktor, lokasi yang mudah dijangkau oleh konsumen, produk yang istimewa dan berkualitas, sikap ramah dan sopan dari karyawan yang bertugas serta adanya berbagai fasilitas-fasilitas pelayanan yang baik akan menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian. Percetakan Sua Grafika sebagai salah satu dari banyak percetakan di kota Padangsidimpuan harus menghadapi dinamika persaingan yang ketat dengan percetakan lainnya.

Dengan semakin meningkatnya persaingan, maka semakin penting peranan kebijakan lokasi dan kebijakan produk dalam memasarkan barang atau jasa yang diperdagangkan (Hawa et al., 2023). Lokasi yang strategis akan menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian. Sedangkan menjaga merupakan bagian dari pemasaran sebagai alat yang turut menentukan suksesnya suatu perusahaan agar dapat bertahan, bersaing dan menguasai pasar. Berdasarkan uraian tersebut maka peneliti merasa perlu untuk melakukan analisis bagaimana Pengaruh Kebijakan Lokasi dan Kebijakan Produk Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Percetakan Sua Grafika Padangsidimpuan.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Azwar (2007:5) pendekatan kuantitatif menekankan analisisnya pada data numerikal atau angka yang diolah dengan metoda statistika. Pada dasarnya, pendekatan kuantitatif dilakukan pada penelitian yang dilakukan dalam rangka menguji hipotesis dan menyandarkan kesimpulan hasilnya pada suatu probabilitas kesalahan penolakan hipotesis nihil. Dengan metode kuantitatif akan diperoleh signifikansi perbedaan kelompok atau signifikansi hubungan antar variabel yang diteliti. Pada umumnya, penelitian kuantitatif merupakan penelitian sampel besar.

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan/konsumen Percetakan Sua Grafika Padangsidimpuan yang datang untuk membeli yang berjumlah 30 orang. Arikunto mengemukakan apabila subjeknya kurang dari 100, lebih baik diambil semua sampel sebanyak 30 orang sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Selanjutnya jika jumlah subjeknya lebih dari 100, maka dapat diambil 10-15% atau 20-25% atau lebih.

Instrument yang digunakan dalam pengumpulan data sebagai berikut:

1. Angket, yaitu merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Angket yang berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis dengan yang memiliki 5 (lima) jawaban alternatif dengan bobot nilai yang berbeda setiap jawaban akan diberikan kepada seluruh sampel sesuai dengan pengalaman yang dirasakan oleh seluruh sampel. Adapun bobot setiap jawaban adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Skor Pernyataan

No	Jawaban Pertanyaan	Skor
1	Sangat Baik (SB)	5
2	Baik (B)	4
3	Kurang Baik (KB)	3
4	Tidak Baik (TB)	2
5	Sangat Tidak Baik (STB)	1

2. Wawancara, yaitu merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui tatap muka dan tanya jawab langsung.
3. Observasi yaitu dengan melakukan pengamatan langsung di lokasi penelitian.

Hasil dan Pembahasan

Pada hasil penelitian ini menunjukkan pengaruh kebijakan lokasi terhadap keputusan penggunaan jasa percetakan adalah positif dan signifikan. Positif terlihat nilai t hitung variabel kebijakan lokasi adalah = 5.170 dan nilai t tabel = 1.697 maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5.170 > 1.697$). Hasil responden menunjukkan Kebijakan Lokasi yang diberikan percetakan Sua Grafika Padangsidimpuan dalam meningkatkan keputusan penggunaan jasa percetakan akan mendorong keterjangkauan pada percetakan Sua Grafika yaitu pada 49,34%, dalam tata letak toko sebanyak 40,66% dan terhadap fasilitas sebanyak 48,0%.

Pada hasil penelitian ini menunjukkan pengaruh kebijakan produk terhadap keputusan penggunaan jasa percetakan adalah positif dan signifikan. Positif terlihat Nilai t hitung variabel kebijakan produk adalah = 5.208 dan nilai t tabel = 1.697, maka t hitung $>$ t tabel ($5.208 > 1.697$). Pengaruh positif menunjukkan pengaruh kebijakan produk adalah searah dengan keputusan penggunaan jasa percetakan atau dengan kata lain kebijakan produk yang baik/ tinggi akan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan jasa percetakan yang baik/ tinggi, demikian sebaliknya jika kebijakan produk rendah/ buruk maka keputusan penggunaan jasa percetakan akan rendah/ buruk.

Responden menyatakan bahwa kebijakan produk dari segi kualitas adalah baik = 49,34 %, dengan ciri produk sebesar 31,0%, yang menyatakan sangat baik sebanyak 35,9%, dan responden mengatakan umpan balik antara desain dan jasa sebanyak 45,46%. Hasil uji regresi berganda menunjukkan bahwa kebijakan lokasi dan kebijakan produk mempunyai pengaruh 67,1% terhadap keputusan penggunaan jasa percetakan sedangkan 32,9% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak ikut dalam penelitian ini. Hasil pengujian regresi tersebut menjelaskan bahwa Kebijakan Lokasi dan Kebijakan Produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Percetakan dengan persamaan regresi:

$$Y = 7.662 + 602X_1 + 0,632X_2$$

Variabel yang paling berpengaruh adalah kebijakan produk sebesar 0,632 sedangkan variabel kebijakan lokasi sebesar 0,602. Pengaruh positif pada variabel kebijakan lokasi terlihat nilai t hitung adalah = 5.170 dan nilai t tabel = 1.697 maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5.170 > 1.697$). Pengaruh positif pada variabel kebijakan produk terlihat Nilai t hitung variabel kebijakan produk adalah = 5.208 dan nilai t tabel = 1.697, maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5.208 > 1.697$).

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan dalam penelitian ini, maka penulis mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Ada pengaruh positif dan signifikan antara Kebijakan Lokasi yang diberikan Percetakan Sua Grafika terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Percetakan Sua Grafika Padangsidempuan.
2. Ada pengaruh positif dan signifikan antara Kebijakan Produk terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Percetakan Sua Grafika Padangsidempuan.
3. Kebijakan Lokasi dan Kebijakan Produk Percetakan Sua Grafika mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Percetakan Sua Grafika.
4. Kebijakan Lokasi dan Kebijakan Produk mempunyai pengaruh 67,1% terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Percetakan sedangkan 32,9% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

Referensi

- Alma, Buchari, 2003, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Edisi Kedua, Bandung, Alfabeta.
- Arikunto Suharsimi, 2007, *Manajemen Penelitian*, Penerbit PT. Rineka Cipta: Jakarta.
- Attalansyah, A., & Anshori, M. I. (2023). Adaptive Policy Education in the VUCA Era for Jetis Sidoarjo Batik Craftsmen. *Journal of Business Management and Economic Development*, 2(01 SE-Articles), 323–336. <https://doi.org/10.59653/jbmed.v2i01.494>
- Erfina, Nurlince, *Strategi Pemasaran Jasa dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen pada Garuda Plaza Hotel Medan*, Skripsi, Departemen Manajemen, Universitas Sumatera Utara, Medan.
- Fathurohman, H. (2023). Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia di Balai Latihan Kerja Jember Dinas Tenaga Kerja dan Transmigrasi Provinsi Jawa Timur. *Journal of Community Service and Society Empowerment*, 2(01 SE-Articles), 10–18. <https://doi.org/10.59653/jcsse.v2i01.359>
- Gujarati, Damodar-Zai, Sumarno. 2006. *Ekonometrika Dasar*. Jakarta. Erlangga.
- Hawa, R., Supratman, R., & Palupi, R. (2023). Harmonisasi Kemanfaatan dan Keadilan dalam Perlindungan Hukum Bagi Konsumen. *Jurnal Riset Multidisiplin Dan Inovasi Teknologi*, 1(01). <https://doi.org/10.59653/jimat.v1i01.152>

- Hayati, K. R., Tranggono, T., Arier, T. N., Putri, P. A., & Wicaksono, B. (2024). Pengembangan Pola Berpikir Kualitas SDM Dan SDA Pada Bidang Industri Makanan Dalam Wawasan Bela Negara. *Jurnal Riset Multidisiplin Dan Inovasi Teknologi*, 2(02 SE-Articles), 455–463. <https://doi.org/10.59653/jimat.v2i02.580>
- Kotler, Philip dan Susanto, 2001, *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Jakarta, Salemba Empat.
- Kuncoro, Mudrajat, 2002, *Metode Riset Untuuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta, Erlangga.
- Kuncoro, Mudrajat, 2003, *Metode Riset Untuuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta, Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat, 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta, Salemba Empat.
- Marbun, S. H., Febrianti, D., & Matondang, K. (2023). Implementation of the GATT State Rates Policy on International Trade. *Journal of Business Management and Economic Development*, 1(01). <https://doi.org/10.59653/jbmed.v1i01.40>
- Payne, Adrian, 2000. *Pemasaran Jasa (The Essence of Service Marketing)*, Terjemahan Fandy Tjiptono. Edisi satu Yogyakarta, Andi.
- Sugiono, 2005. *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 2005. *Pemasaran Jasa. Edisi Pertama*. Malang, Bayu Media
- Umar, Husein. 2001. *Riset Pemasaran dan Prilaku Konsumen*. Jakarta. Gramedia Pustaka Utama.
- Yodiansyah, H., Kurniady, D., Hanifahturahmi, H., Salim, E., & Sartika, S. (2023). Pendekatan implementasi dukung merek Toyota Soekarno–Hatta Pekanbaru dalam program komunitas Pengguna “zero-point website” metode lapangan . *Journal of Community Service and Society Empowerment*, 2(01 SE-Articles), 36–52. <https://doi.org/10.59653/jcsse.v2i01.355>