

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perubahan zaman dan semakin meningkatnya teknologi menyebabkan berbagai kalangan memilih segala sesuatu secara praktis, inilah yang terjadi pada saat sekarang. Dalam pengambilan informasi yang di butuhkan, konsumen sangat enggan untuk membaca dalam bentuk kertas seperti koran dan majalah. Mereka cenderung hanya ingin mengakses apapun yang mereka inginkan melalui media elektronik. Hal ini menyebabkan media cetak perlahan mulai di abaikan. Tetapi, dengan adanya kekuatan merk yang kuat masyarakat saat ini dapat mengetahui dan mengenali suatu merek koran dengan mudah.

Salah satunya koran harian Pikiran Rakyat yang telah eksis dari tahun 1966. Pergerakan dan pasar dari Pikiran Rakyat meliputi wilayah Jawa Barat dan sekitarnya. Mendirikan sebuah perusahaan pers baik itu berwujud media cetak atau media online harus mengikuti ketentuan yang di atur dalam undang-undang per nomor 40 tahun 1999 dimana badan hukumnya berbentuk perseroan terbatas, dimana pada pasal 12 UU No 40/1999 “wajib mengumumkan nama, alamat dan penanggung jawab secara terbuka melalui media yang bersangkutan, khusus untuk penerbit pers di tambah nama dan alamat percetakan, jika tidak diindahkan perusahaan dapat di pidana dengan denda Rp. 100 juta.

Berikut adalah tabel 1.1 tiras dan distribusi Pikiran Rakyat :

Tabel 1.1
Tiras dan Distribusi Koran Pikiran Rakyat
Tahun 2013 -2016

Kota / Provinsi	2013	2014	2015	2016
- Kota Bandung	87.000	85.500	81.380	83.850
- Kab. Bandung	13.400	13.000	13.300	14.000
- Kab. Bandung Barat	4.000	4.000	4.300	4.100
- Kota Cimahi	4.700	4.500	4.500	4.300
- Kab. Sumedang	5.500	5.400	5.400	5.200
- Kab. Garut	6.600	6.300	6.100	5.800
- Kota/ Kab. Tasikmalaya	9.300	9.350	9.350	9.100
- Kab. Ciamis	3.700	3.700	3.700	3.500
- Banjar	2.370	2.150	2.150	2.000
- Kota/Kab. Cirebon	8.500	8.550	8.200	7.900
- Kab. Indramayu	2.580	2.500	2.500	2.500
- Kab. Kuningan	2.600	2.400	2.400	2.300
- Kab. Majalengka	2.550	2.300	2.300	2.200
- Kab. Subang	5.670	5.400	5.200	5.050
- Kab. Purwakarta	2.850	3.350	3.350	3.200
- Kab. Karawang	2.650	2.400	2.400	2.300
- Kota/Kab. Bogor	4.500	4.500	4.450	4.350
- Kota/ Kab. Bekasi	2.600	2.400	2.350	2.250
- Kab. Cianjur	5.350	5.200	5.100	4.800
- Kota/Kab. Sukabumi	7.000	7.000	6.800	6.500
- DKI Jakarta	7.100	7.000	6.500	6.000
- Banten	5.000	4.800	4.200	3.200
- Jawa Tengah	500	500	500	450
- Yogyakarta	400	400	400	350
Jumlah	198.090	192.100	186.830	185.200

Sumber : Sirkulasi Pikiran Rakyat Bandung 2017

Dari tabel 1.1 di atas dapat terlihat penjualan Koran Pikiran Rakyat dari tahun ke tahun mengalami penurunan, meskipun tidak terlalu besar tiap tahunnya. Dan terlihat juga Kota Cimahi setiap tahun mengalami penurunan.

Hal ini di karenakan tingkat persaingan surat kabar di Jawa Barat pada umumnya dan kota Bandung pada khususnya semakin ketat.

Tabel berikut menunjukkan penurunan penjualan koran Pikiran Rakyat

Tabel 1.2
Penelitian Pendahuluan Terkait Penurunan Penjualan
koran Pikiran Rakyat
Tahun 2013 – 2016

No.	Faktor	Pernyataan	Ya (%)	Tidak (%)
1.	Kepercayaan	Saya percaya bahwa konten dalam Pikiran Rakyat lebih akurat	82	18
		Koran Pikiran Rakyat memiliki reputasi yang baik	74	26
2.	Keputusan	saya membeli koran pikiran rakyat karena harganya terjangkau	69	31
		Saya membeli koran Pikiran Rakyat karena lokasi agen penjualan dekat	77	23
3.	Kepuasan	Saya merasa puas dengan koran pikiran rakyat	58	42
		Koran Pikiran Rakyat memberikan apa yang di butuhkan	62	38
4.	Loyalitas Konsumen	Saya akan merekomendasikan kepada orang lain	43	57
		Saya tidak memiliki keinginan untuk berpindah ke produk yang sejenis	39	61

Sumber : hasil penelitian 2017

Tabel 1.2 penelitian pendahuluan terkait penurunan penjualan koran Pikiran Rakyat tahun 2017 (Agustus – September) menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan merupakan masalah yang menyebabkan menurunnya penjualan koran Pikiran Rakyat. 57 responden menyatakan bahwa mereka tidak akan merekomendasikan kepada orang lain dan 61 responden menyatakan bahwa mereka akan berpindah pada produk yang sejenis.

Padahal loyalitas pelanggan memiliki peran penting dalam perusahaan, mempertahankan konsumen berarti meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Oliver dalam buku Ratih Hurriyati, (2010:128) mengungkapkan definisi loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku.

Memperoleh konsumen tidak mudah memerlukan proses yang lama untuk memperolehnya harus melalui beberapa tahapan. Dan loyalitas pelanggan juga di bentuk oleh beberapa faktor , salah satunya komunikasi pemasaran, para pemasar memperkenalkan kualitas produk melalui strategi komunikasi pemasaran atau promosi yang di lakukan secara terintegrasi dengan bauran pemasaran.

Untuk mengetahui penyebab yang terjadi mengenai menurunnya loyalitas pelanggan pada Pikiran Rakyat. Peneliti melakukan penelitian pendahuluan mengenai faktor – faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan. Yaitu sebagai berikut :

Tabel 1.3

**Penelitian pendahuluan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi
Loyalitas Pelanggan pada koran Pikiran Rakyat**

No	Faktor	Pernyataan	Ya	Tidak
1.	Kualitas Produk	Koran Pikiran Rakyat menyajikan berita dengan kritis	31	69
		Koran Pikiran Rakyat menyajikan berita yang <i>update</i>	43	57
2.	Harga	saya membeli koran pikiran rakyat karena harganya terjangkau	77	23
		Harga sesuai dengan kualitas produk	69	31
3.	Promosi	Program berlangganan yang di tawarkan pikiran rakyat menarik minat untuk berlangganan	38	62
		Koran pikiran rakyat sering melakukan promosi secara langsung	26	74
4.	Distribusi	Saya membeli koran Pikiran Rakyat karena lokasi agen terjangkau	84	16
		Koran pikiran rakyat banyak tersedia di agen agen terdekat	89	11

Sumber : data olahan peneliti 2017

Hasil penelitian di atas menunjukkan 69 responden menyatakan bahwa koran pikiran rakyat belum menyajikan berita dengan kritis dan 57 responden menyatakan Koran Pikiran Rakyat masih belum *uptodate* dalam menyajikan berita. Kualitas produk sendiri mempengaruhi loyalitas pelanggan karena kualitas produk yang baik akan menjadikan konsumen lebih loyal.

Menurut Gravin dari A dale Timpe yang di kutif dalam Alma 2011, mengatakan bahwa kualitas adalah keunggulan yang di miliki oleh produk tersebut. Kualitas dalam pandangan konsumen adalah hal yang mempunyai ruang lingkup tersendiri yang berbeda dengan kualitas dalam pandangan produsen saat mengeluarkan suatu produk yang biasa di kenal dengan kualitas sebenarnya.

Promosi merupakan faktor penting dalam mewujudkan tujuan penjualan suatu perusahaan. Hasil penelitian di atas menunjukkan 62 responden menyatakan bahwa mereka tidak berminat untuk berlangganan dan 74 menyatakan mereka belum mengetahui promosi yang di lakukan pikiran rakyat. Konsumen bersedia menjadi langganan, jika mereka terlebih dahulu mengetahui produk, disinilah perlunya mengadakan promosi yang terarah karena di harapkan dapat memberikan pengaruh positif terhadap peningkatan penjualan.

Faktor – faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan pada koran Pikiran Rakyat menunjukkan kualitas produk dan promosi mempengaruhi penurunan loyalitas pelanggan karena responden menyatakan tidak setuju dengan kedua faktor tersebut. Berdasarkan wawancara kepada konsumen Pikiran Rakyat masih adanya keluhan konsumen mengenai kualitas cetak yang kurang baik terlihat dari warna yang gelap dan tulisan yang kurang jelas, desain lay out yang kurang menarik serta rubik olahraga yang masih kurang lengkap. Selanjutnya promosi yang di lakukan Pikiran Rakyat masih kurang gencar terlihat banyaknya responden yang lebih banyak tidak mengetahui promosi yang di lakukan Pikiran Rakyat.

Berdasarkan uraian di atas maka sangat perlu untuk melakukan penelitian tentang analisis kualitas produk dan promosi berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan sehingga dengan penelitian ini di harapkan dapat di jadikan sebagai bahan evaluasi sekaligus dapat menggali temuan-temuan di lapangan yang di jadikan dasar dalam rangka meningkatkan loyalitas pelanggan di masa yang

akan datang, maka penulis ingin meneliti dengan judul “ **Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Pikiran Rakyat Bandung (Survei pada konsumen koran Pikiran Rakyat Bandung di Kelurahan Citeureup Kecamatan Cimahi Utara Kota Cimahi).**

1.2 Identifikasi Dan Rumusan Masalah

Masalah merupakan kesenjangan antara harapan dengan kenyataan, antara teori dan fakta. Penelitian pada dasarnya dilaksanakan untuk mengetahui akar masalah dan mengetahui cara untuk memecahkan masalah, untuk itu setiap penelitian yang di lakukan selalu berangkat dari masalah, begitupun dengan penelitian ini.

1.2.1 Identifikasi Masalah

1. Persaingan produk surat kabar semakin tinggi
2. Banyaknya pesaing produk surat kabar yang memiliki kualitas produk yang lebih baik
3. Promosi kurang optimum
4. Menurunnya pangsa pasar terhadap minat baca media cetak koran
5. Penjualan koran cenderung menurun
6. Kurangnya loyalitas pelanggan terhadap media cetak

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah penelitian di atas, maka rumusan masalahnya sebagai berikut :

1. Bagaimana kualitas produk surat kabar Pikiran Rakyat

2. Bagaimana promosi yang di lakukan surat kabar Pikiran Rakyat
3. Bagaimana loyalitas pelanggan pada surat kabar Pikiran Rakyat
4. Bagaimana pengaruh kualitas produk dan Promosi terhadap loyalitas pelanggan surat kabar Pikiran Rakyat

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian melakukan penelitian ini di antaranya adalah untuk mengkaji dan menganalisis :

1. Tanggapan konsumen mengenai kualitas produk pada Pikiran Rakyat
2. Tanggapan konsumen mengenai promosi pada Pikiran Rakyat
3. Loyalitas pelanggan pada Pikiran Rakyat
4. Besarnya pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap loyalitas pelanggan Pikiran Rakyat

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini di harapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan, terutama yang berhubungan dengan kualitas produk dan promosi sehingga perusahaan bisa mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk dan promosi, serta loyalitas pelanggan. Penelitian ini di harapkan dapat memberikan manfaat bagi pembacanya yang terurai sebagai berikut :

1.4.1 Kegunaan Teoritas

1. Bagi penulis
 - a. Sebagai proses pembelajaran dan pematangan pemahaman mengenai ilmu pemasaran di bidang surat kabar agar selanjutnya dapat di gunakan oleh penulis dalam membuka bisnis di bidang surat kabar.
 - b. Menambah ilmu pengetahuan dan pemahaman yang belum di peroleh peneliti dalam perkuliahan bisa dengan membandingkan teori dengan praktik di lapangan.
 - c. Menambah wawasan baru bagi peneliti mengenai sudut pandang bisnis surat kabar.
2. Bagi pengembangan ilmu manajemen
 - a. Penelitian ini di harapkan dapat memberi referensi untuk manajemen pemasaran secara umum khususnya tentang kualitas produk dan promosi terhadap loyalitas pelanggan.
 - b. Dapat sebagai acuan dalam penelitian lebih lanjut untuk topik yang berhubungan dengan loyalitas pelanggan.

1.4.2 Kegunaan Praktis

1. Bagi penulis
 - a. Peneliti dapat mengetahui permasalahan apa yang terjadi pada produk surat kabar Pikiran Rakyat.
 - b. Hasil penelitian ini dapat memberikan informasi dan gambaran bagi penulis yang menjadi umpan balik yang berkaitan dengan

adanya produk yang berkualitas, promosi serta loyalitas pelanggan.

2. Bagi perusahaan
 - a. Sebagai rekomendasi bagi Pikiran Rakyat dalam mengelola bauran promosi dalam upaya membangun loyalitas pelanggan.
 - b. Sebagai sumbangan pemikiran bagi industri media cetak, khususnya dalam penanganan bauran promosi dan loyalitas pelanggan.