

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Dewasa ini, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia merupakan salah satu penggerak perekonomian rakyat. Hal ini karena kebanyakan pengusaha kecil dan menengah berangkat dari industri keluarga dan rumahan. Industri yang sangat pesat juga di sebabkan adanya ide kreatif dan inovatif yang di ciptakan oleh para pelaku industri yang seiring dengan perkembangan yang begitu luas.² Adanya manajemen operasional menjadi sorotan utama, tidak hanya kalangan perusahaan yang besar, tetapi juga dikalangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). Kebangkitan minat manajemen operasional ini terwujud dalam berbagai produk, pertama perhastikan mutu, mutu yang paling baik merupakan kunci keunggulan bersaing. Sehingga setiap barang atau jasa selalu di atur untuk memenuhi mutu yang diminta pelanggan melalui pasar.³

Kekuatan dan validasi kondisi perekonomian masyarakat adalah sangat tergantung pada kemampuan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan barang dan jasa. Proses produksi dan distribusi barang-barang dan jasa ini pada dasarnya tidak dapat terlepas dari tersedianya sumber daya (*resources*), tidak

² Dita Putri Anggraeni, et. Al, pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan, *Jurnal Administrasi Bisnis(JAB)*, Vol. 37, No.1. Agustus 2016, hal. 172

³ Manahan P.Tampubolon, *Manajemen Operasional*, Jakarta, Ghalia Indonesia, 2004, hal. 82

hanya uang (modal), akan tetapi juga sangat membutuhkan adanya keterampilan dan manajemen yang mendukungnya. Kenyataannya tidak semua orang memiliki sumber daya ini secara optimum dan komplit.⁴

Kesuksesan perusahaan bergantung pada seberapa efektivitas cara yang digunakan perusahaan dalam produksi. Tekanan kompetensi didalam pasar juga mengharuskan perusahaan untuk melibatkan manajemen operasional untuk lebih efisien karena dapat menghancurkan perusahaan jika mereka tidak beroperasi secara efisien. Kualitas perusahaan juga perlu diperhatikan untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

Sesuai dengan teori yang diungkapkan oleh Herjanto⁵ yang mengartikan manajemen operasional adalah sebagai proses yang secara berkesinambungan dan efektif menggunakan fungsi-fungsi manajemen untuk mengintegrasikan berbagai sumber daya manusia dan sumber daya alam secara efisien dalam rangka mencapai tujuan. Dalam suatu sumber dinyatakan bahwa manajemen operasional adalah suatu petunjuk sistematis dan pengawasan terhadap proses perubahan sumber daya menjadi suatu produk jadi yang bernilai dan bermanfaat bagi pelanggan. Ada 4 fungsi manajemen operasional yaitu perencanaan operasional, pengorganisaian operasional, penjadwalan operasional, dan pengawasan operasional.⁶

⁴ Muhammad, *Manajemen Keuangan Syariah*, Yogyakarta, Upp Stim Ykpm. 2014.hal. 43

⁵ Rusdiana, *Manajemen Operasi*, (Bandung: Penerbit CV. Pustaka Setia, 2014), hal.18

⁶ Vivi Widyanti, "Analisis Fungsi Manajemen Operasional di PT So Good Food Wonoayu Sidoarjo", *AGORA* Vol. 7, No.1 (2019), hal. x.

Keunggulan kompetitif dapat dikembangkan melalui kemampuan perusahaan dalam persaingan, harus berinteraksi dengan banyak pihak serta perusahaan mampu mengakses informasi atau pengetahuan yang baru, ide kreatif dan peluang baru di pasar.⁷ Keunggulan kompetitif harus diraih oleh usaha percetakan UMKM Sisi Kertas Tulungagung agar tidak tergeser oleh perubahan dinamika bisnis. Salah satu cara untuk memiliki keunggulan kompetitif adalah dengan inovasi.

Inovasi dapat ada karena kemampuan sumber daya yang ditujukan untuk meraih keunggulan kompetitif dimana suatu perusahaan mampu menciptakan kompetensi yang lebih unggul dibandingkan pesaingnya. Usaha Percetakan UMKM Sisi Kertas Tulungagung dalam inovasi telah menjadi kekuatan penting untuk mencapai daya saing yang berkelanjutan. Keunggulan kompetitif juga dapat diraih dengan adanya keunggulan persepsi kualitas. Untuk mencapai keunggulan kompetitif tentunya perusahaan harus mampu memiliki strategi-strategi yang tepat, salah satunya strategi diferensiasi. Selain itu, perusahaan yang berusaha menciptakan keunggulan kompetitif sangat perlu menjaga reputasi perusahaan melalui citra perusahaan.

Adapun persaingan menurut syariat islam bahwa persaingan tersebut harus dilakukan secara sehat, adil dan jujur sehingga menjaga silaturahmi yang baik dan mempererat tali persaudaraan. Seperti halnya yang di jelaskan dalam QS. Al Baqarah ayat 188 sebagai berikut :

⁷ Muhammad Husni Mubarak, "Pembelajaran Pengetahuan Kreatif Melalui Aset Strategis Dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif", *Jurnal Bisnis*, Vol. 5 No. 1, Juni 2017, hal. 2

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ

النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Artinya :

*“ Dan janganlah sebagaimana kamu memakan harta sebageaian yang lain batil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada hakim, supaya kamu memakan sebagaimana daripada harta benda orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa, padahal kamu mengetahuinya”.*⁸

Pada dasarnya fungsi manajemen bertujuan untuk mengidentifikasi kegiatan, program, dan aktivitas yang masih memerlukan perbaikan, sehingga dengan rekomendasi yang diberikan nantinya akan dicapai. Perbaikan atas pengelolaan berbagai program dan aktifitas apakah juga dilakukan dengan baik pada usaha percetakan UMKM Sisi Kertas Tulungagung, karena peran manajemen adalah peran yang dilaksanakan untuk menilai efisiensi dan efektifitas kegiatan suatu organisasi dalam prosesnya ntuk mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan.⁹

Masalah umum pada usaha percetakan UMKM Sisi Kertas Tulungagung dalam pengelolaan proses produksinya adalah rendahnya tingkat pengawasan fungsi prosuksi dan rendahnya pengawasan atas standar target yang ditentukan, sehingga proses produksi tidak berjalan dengan

⁸ Kementerian Agama Republik Indonesia *Al-Qur'an terjemah dan Tajdwid* (Jawa Barat : Sigma Creativ Media Crop, 2014), hal. 29

⁹ Idri, *Hadist Ekonomi, Ekonomi Dalam Perspektif Hadist Nabi*, (Jakarta: Prenademedial Group, 2015), hal. 2

maksimal dan target awal yang ditetapkan perusahaan tidak dapat tercapai dengan baik.¹⁰

Sebagaimana diketahui bahwa tujuan dari bisnis adalah untuk menciptakan para pelanggan merasa puas. Terciptanya kepuasan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara pihak produsen dan konsumen menjadi harmonis sehingga memberikan dasar yang baik dan terciptanya kesetiaan terhadap merek serta membuat suatu rekomendasi dari mulut kemulut (*word of mouth*) yang menguntungkan bagi pihak konsumen.

Manajemen operasional yang dalam sistem pembelajarannya mendefinisikan barang dan jasa bagi aspek proses produksi yang sangat berpengaruh dengan manajemen ini, hal tersebut dapat dirumuskan pada *input-proces-output* (suatu usaha yang melakukan tugas produksinya melalui tahapan tersebut).¹¹ Produksi adalah menciptakan manfaat atas suatu benda. Secara terminologi, kata produksi berarti menciptakan dan menambah kegunaan (nilai guna) suatu barang. Kegunaan suatu barang akan bertambah bila memberikan manfaat baru atau lebih dari semula. Secara umum, produksi adalah penciptaan guna (*utility*) yang berarti kemampuan suatu barang atau jasa untuk memuaskan kebutuhan manusiawi tertentu.¹²

Penerapan Manajemen Operasional usaha juga dilakukan oleh UMKM Sisi Kertas Tulungagung belum dilakukan secara baik akan tetapi sudah dilakukan dengan sesuai kondisi yang ada dilapangan yang ada di

¹⁰ *Ibid.*, hal.43

¹¹ Rusdiana, *Manajemen Operasi...*, hal.20

¹² Idri, *Hadist Ekonomi...*, hal.70

Tulungagung. UMKM Sisi Kertas bergerak dibidang jasa percetakan. Pengertian percetakan (*printing*) itu sendiri merupakan teknologi atau seni yang memproduksi salinan dari sebuah katakata atau gambar-gambar (*image*) di atas kertas, kain dan permukaan-permukaan lainnya. Sedangkan perusahaan percetakan adalah jenis usaha yang bergerak dalam bidang cetak-mencetak baik di media kertas, plastik, kain dan lain sebagainya. Dengan memberikan jasa ini, percetakan mendapatkan imbalan jasa atau *fee* yang besarnya telah ditentukan dan disetujui bersama antara konsumen atau pengguna jasa dengan usaha percetakan.¹³

Penerapan manajemen yang di lakukan mengkombinasikan dan meramu bahkan menyatukan lima unsur, yaitu : produktivitas, kualitas, sumber daya, biaya dan teknologi.¹⁴ Dalam penerapan manajemen operasional usaha yang dilakukan oleh UMKM Sisi Kertas Tulungagung adalah dengan tetap menjaga kualitas produk dan menjalin hubungan baik dengan konsumen serta tetap berusaha semaksimal mungkin memenuhi kemauan dari konsumen.

Dalam memenuhi kepuasan konsumen maka pihak UMKM Sisi Kertas Tulungagung selalu memberikan pelayanan berupa konsultasi pemesanan paperbag terlebih dahulu agar konsumen dapat mengetahui lebih jelas detail dari paperbag yang dibutuhkan. Selain itu bahan-bahan baku yang digunakan juga berkualitas, mulai dari pemilihan bahan baku kertas, tali dan proses

¹³ Ahmad Roikin, *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Dalam Pemanfaatan Produk Kertas*, (Yogyakarta: CV.Graha Abadi, 2020), hal 20-21

¹⁴ *Ibid.*, hal. 45

sablon yang bagus. Harga yang ditawarkan oleh UMKM Sisi Kertas Tulungagung juga terjangkau oleh konsumen, dan hal ini dapat menarik minat konsumen untuk melakukan proses order pada UMKM Sisi Kertas Tulungagung. Konsumen dapat merupakan seorang individu ataupun organisasi, mereka memiliki peran yang berbeda dalam perilaku konsumsi, mereka mungkin berperan sebagai initiator, influencer, buyer, payer atau user.¹⁵

Meningkatkan kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk yang diterima dan yang diharapkan.¹⁶ Dari definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen merupakan hasil perbandingan yang dirasakan antara kinerja produk dan kesesuaian harapan yang diinginkan konsumen setelah melakukan pembelian, Jika produk sesuai atau melampaui harapan konsumen maka konsumen akan merasa puas dan sebaliknya jika produk tidak sesuai dengan harapan, maka konsumen tidak merasa puas.

Tentunya kesuksesan usaha percetakan pada UMKM Sisi Kertas Tulungagung tersebut tidak lepas dari adanya strategi-strategi yang diterapkan oleh manajemen yang ada di dalamnya. Sehingga dalam mengurus pelayanan terhadap konsumen sehingga dapat mempertahankan konsumen dengan baik. Sebelum memberikan produk berupa jasa kepada

¹⁵ *Ibid.*, hal.63

¹⁶ Firman Ghazali, *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Dalam Menggunakan Minyak Kayu Putih pada Ketel Walbarua Di Desa Ubun*, (Pasuruhan: CV.Qiara Media, 2020), hal 30-31

konsumen ada beberapa proses yang harus dilakukan oleh UMKM Sisi Kertas Tulungagung. Mulai dari perencanaan program kerja, penjadwalan kegiatan, pengawasan kerja hingga akhirnya dapat mengeluarkan produk kepada konsumen dan melayani dengan profesional. Hal ini mendasari peneliti untuk mengetahui tentang Penerapan Manajemen Operasional di UMKM Sisi Kertas Tulungagung dalam mengelola usaha percetakan, menghadapi persaingan, dan melayani konsumen yang dilakukan dengan penuh profesional sehingga konsumen merasa puas dengan produk yang dibeli.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang “Penerapan Manajemen Operasional Usaha Percetakan Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen Pada UMKM Sisi Kertas Tulungagung.”

B. Fokus Penelitian

Masalah dari penelitian ini perlu diidentifikasi secara terperinci dan perumusan pertanyaan yang operasional. Perumusan ini bertujuan untuk mempertegas ruang lingkup dari objek yang diteliti.

Beberapa hal masalah yang akan di bahas dalam penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana penerapan manajemen operasional pada usaha percetakan UMKM Sisi Kertas Tulungagung?
2. Bagaimana efektivitas penerapan manajemen operasional pada usaha percetakan UMKM Sisi Kertas Tulungagung dalam meningkatkan kepuasan konsumen?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan fokus penelitian, maka tujuan penelitian untuk mengetahui:

1. Untuk menganalisis pengelolaan operasional perusahaan yang diterapkan manajemen operasional pada usaha percetakan UMKM Sisi Kertas Tulungagung.
2. Untuk menganalisis efektivitas yang digunakan dalam penerapan manajemen operasional pada usaha percetakan UMKM Sisi Kertas Tulungagung dalam meningkatkan kepuasan konsumen.

D. Kegunaan Penelitian

Dengan diadakannya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan pengetahuan dan sebagai tambahan informasi terkait pentingnya penerapan manajemen operasional pada setiap usaha guna tercapainya tujuan usaha dengan baik dan efisien disertai dengan kepuasan konsumen ketika membeli produknya.

2. Kegunaan Praktis

a. Bagi Institusi

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan pertimbangan untuk dalam penerapan manajemen operasional dan juga dalam

meningkatkan kepuasan pelanggan pada UMKM Sisi Kertas Tulungagung.

b. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan para akademisi sehingga meningkatkan pengetahuan mengenai penerapan manajemen operasional dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Selain itu, dapat menjadi tambahan atau referensi kajian pustaka.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini mengenai penerapan manajemen operasional dalam meningkatkan kepuasan konsumen pada UMKM Sisi Kertas Tulungagung diharapkan dapat menjadi tambahan referensi bagi peneliti-peneliti selanjutnya apabila melakukan penelitian dengan topik atau permasalahan yang sama tetapi pada perusahaan yang berbeda.

E. Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian

1. Ruang Lingkup

Dalam pelaksanaan penelitian ini seharusnya peneliti harus mengetahui apa saja bahasan mengenai batasan masalah yang harus di bahas dalam penelitian ini. Beberapa hal tersebut bertujuan untuk memudahkan peneliti dalam menemukan aspek solusi dari yang di bahas, mengetahui apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi sesuai dengan bahasan permasalahan dalam penerapan manajemen operasional dalam meningkatkan kepuasan konsumen.

2. Keterbatasan Peneliti

Dalam pelaksanaan penelitian ini peneliti mengetahui bahwa masih ada beberapa keterbatasan dalam penulisan ini yaitu: dalam penelitian penulis hanya menggunakan penelitian di usaha percetakan UMKM Sisi Kertas Tulungagung. Tentu kurang maksimal dalam penelitian tentang penerapan manajemen operasional dalam meningkatkan kepuasan konsumen.

F. Penegasan Istilah

1. Secara Konseptual

a. Manajemen Operasional

Secara sederhana manajemen operasional dapat dimaknai sebagai suatu proses yang bertujuan untuk menghasilkan produk secara efektif dan efisien melalui pendayagunaan sumber daya yang tersedia.¹⁷ Sedangkan menurut Jay Heizer dan Barry Render¹⁸ didalam bukunya disebutkan bahwa manajemen operasional memiliki tiga fungsi pokok yakni : perencanaan, pengorganisasian, penjadwalan, dan pengawasan.

Berdasarkan pengertian tersebut, maka dalam penelitian ini peneliti ingin mengetahui penerapan manajemen operasional yang dilakukan oleh UMKM Sisi Kertas Tulungagung mulai dari perencanaan, pengorganisasian, penjadwalan dan pengawasan.

¹⁷Budi Harsanto, *Dasar Ilmu Manajemen Operasi* (Sumedang: UNPAD Press, 2013), hal.1

¹⁸ Jay Heizer, Barry Render, *Operations Management* (Global Edition: Pearson, 2013), hal. 90.

Perencanaan pada bagian ini akan dibahas terkait pengaturan tujuan, pembuatan program kerja dan organisasi tim. Selanjutnya pada bagian penjadwalan akan dibahas tentang relasi, alokasi dana dan persediaan sumber daya untuk merincikan kegiatan yang dilaksanakan. Kemudian pada bagian pengawasan akan dijelaskan tentang memonitor sumber daya manusia, biaya dan anggaran yang dikeluarkan.

b. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

UMKM adalah kelompok usaha yang memiliki jumlah paling besar. UMKM adalah usaha perdagangan yang dikelola oleh badan usaha atau perorangan yang merujuk pada usaha ekonomi produktif sesuai dengan kriteria yang ditetapkan oleh Undang-Undang No.20 tahun 2008.¹⁹

c. Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen (pelanggan) merupakan konsep utama baik dalam teori maupun dalam praktik pemasaran, serta menjadi tujuan sentral bagi seluruh aktivitas bisnis. Kepuasan pelanggan menjadi faktor penting yang berkontribusi dalam terciptanya loyalitas pelanggan, peningkatan good will atau reputasi dari perusahaan, mengurangi elastisitas harga, mengurangi biaya transaksi masa depan, dan dapat meningkatkan efisiensi dan produktivitas karyawan.

¹⁹ Imam Hardjanto, "Pengembangan Usaha Mikro, Kecil,dan Menengah(UMKM), *Jurnal Administrasi Publik*, Vol. 1 No. 6, Juni 2017, hal. 12

Kepuasan pelanggan memberikan indikator utama niat membeli konsumen dan loyalitas.²⁰

2. Secara Operasional

Pada penjelasan penegasan istilah diatas mendapat pengertian bahwa yang dimaksud dalam judul skripsi ini “Penerapan Manajemen Operasional Usaha Percetakan Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen Pada UMKM Sisi Kertas Tulungagung”. Secara operasional penelitian ini menjelaskan bagaimana penerapan manajemen operasional, efektivitas dalam penerapan manajemen operasional untuk meningkatkan kepuasan konsumennya yang sedang berjalan saat ini terus berkembang dengan pesat dan semakin diminati konsumen.

G. Sistematika Penulisan

Berikut penulisan penelitian ini terdiri dari atas enam bab diantaranya:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab atau bagian ini penulis menjelaskan gambaran secara umum mengenai isi penelitian. Dengan demikian, bagian ini dipaparkan konteks penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, batasan masalah, identifikasi masalah, manfaat penelitian, penegasan istilah, serta sistematika penulisan skripsi.

²⁰Inggang, *Etika Pemasar dan Kepuasan Konsumen dalam Pemasaran Perbankan Syariah*, (Malang:UB Press,2017), hal.57.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Pada bab atau bagian ini penulis memuat uraian mengenai kajian atau tinjauan pustaka dari buku yang berisi teori-teori yang berhubungan dengan fokus penelitian. Selain itu, dalam bagian ini penulis juga memaparkan hasil penelitian dan teori dari penelitian-penelitian sebelumnya. Dalam bagian ini terdapat kajian teoritis dan penelitian terdahulu.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab atau bagian ini diuraikan mengenai metode yang digunakan dalam penelitian yang meliputi lokasi pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan temuan, dan tahap-tahap penelitian.

BAB IV : HASIL PENELITIAN

Pada bab ini berisi tentang hasil penelitian dari paparan data dan temuan penelitian.

BAB V : PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi mengenai pembahasan yang menjelaskan jawaban dari permasalahan dalam penelitian atau menunjukkan bagaimana tujuan penelitian suda dicapai dan menafsirkan temuan-temuan penelitian dengan logika dan teori-teori yang ada.

BAB VI : PENUTUP

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran yang dihasilkan peneliti yang telah dilakukan.