

# **BAB I**

## **PENDAHULAN**

### **A. Konteks Penelitian**

Setiap orang tentunya ingin memenuhi kebutuhan sehari - harinya, minimal mereka dapat memenuhi kebutuhan keluarga. Maka dari itu mereka bekerja untuk menyambung hidup supaya mendapatkan penghasilan dan dapat memenuhi kebutuhan sehari – hari. Namun pada kenyataan mencari pekerjaan bukanlah hal yang mudah seperti kita membalikkan telapak tangan. Hal itu di sebabkan banyaknya masyarakat yang mencari pekerjaan namun ternyata tida seimbang dengan ketersediaan lapangan pekerjaan. Maka dari itu masyakat memutar otak untuk membangun bisnis sendiri dari awal, meskipun masih tergolong kecil denagn usaha tersebut memungkinkan dapat memenuhi kebutuhan sehari – hari.

Wirausahawan adalah seseorang yang mengembangkan produk baru atau ide baru dan membangun bisnis dengan konsep baru. Dalam hal ini, menuntut sejumlah kreativitas dan sebuah kemampuan untuk melihat pola-pola dan trend-trend yang berlaku untuk menjadi seorang wirausahawan. Namun, masih banyak yang kurang kreatif dan tidak berani mengambil resiko untuk membuka dan mengelola usaha. Kreatif dan

keberanian mengambil resiko merupakan kepribadian wirausaha. Beberapa kepribadian wirausaha lainnya seperti percaya diri, berorientasi pada hasil, kepemimpinan, kerja keras, dan masih banyak lagi, akan mendukung terbentuknya sumberdaya manusia yang mampu mengelola usaha.<sup>2</sup>

Wirausaha atau di sebut dalam Usaha Kecil Menengah (UKM) seperti kita ketahui bersama memiliki sumbangan dan peran strategis yang nyata terhadap pertumbuhan ekonomi. Pada tingkat makro, kewiraswataan di pandang sebagai pendorong perubahan structural dan penciptaan lapangan pekerjaan.

Di era sekarang sudah tidak asing lagi melihat fenomena usaha di sekitar kita. Saat ini banyak sekali orang yang membangun bisnis dan menjadikan rumah mereka untuk tempat kegiatan usahannya. Ini dilakukan untuk meminimalisir modal menyewa tempat dan lebih hemat serta efisien waktu dari rumah ke tempat usaha.

Perekonomian suatu negara memiliki peran penting bagi kesejahteraan warga suatu negara. Keberhasilan perekonomian negara tidak hanya ditopang oleh sektor – sektor industri besar, tetapi juga karena kontribusi dari industri kecil. Di sebagian negara berkembang saat ini

---

<sup>2</sup> Eka Aprilianti, “Pengaruh Kepribadian Wirausaha, Pengetahuan Kewirausahaan, Dan Lingkungan Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Smk,” dalam *Jurnal Pendidikan Vokasi no.3 (2012)* hal. 313

berusaha untuk meningkatkan pengelolaan industri – industri kecil untuk memperkuat ekonomi nasional mereka, tidak terkecuali Indonesia.<sup>3</sup>

Industri kecil memiliki potensi yang sangat besar untuk mempercepat pemerataan pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat. Pentingnya peranan industri kecil dalam mengembangkan perekonomian nasional ditunjukkan dengan

ditetapkan UU No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, kecil, dan menengah. Dalam undang – undang ini diatur bahwa pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah perlu diselenggarakan secara menyeluruh, optimal, dan berkeimbangan melalui pengembangan iklim yang kondusif , pemberian kesempatan berusaha, dukungan, perlindungan dan pengembangan yang seluas – luasnya, sehingga mampu meningkatkan kedudukan, peran, dan potensi Usaha Mikro, kecil, dan Menengah dalam mewujudkan pertumbuhan ekonomi, pemerataan dan peningkatan pendapatan rakyat, penciptaan lapangan kerja, dan pengentasan kemiskinan.<sup>4</sup>

Meskipun memiliki potensi yang besar bagi perekonomian, namun masih banyak permasalahan yang dihadapi oleh industri kecil dan menengah. Ada tujuh (7) kendala atau permasalahan mendasar sektor

---

<sup>3</sup> Dr. Aremu, Mukaila Ayanda dan Adeyemi sidikat laraba, “Small and Medium Scale Enterprises as A Survival Strategy for Employment Generation in Nigeria” *Journal of Sustainable Development* no. 1 (2011) hal.15

<sup>4</sup> Muh Ridwan, Hartutiningsih, Mass’ad Hatuwe, “Pembinaan Industri Kecil dan Menengah Pada Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan UMKM Kota Bontang ,” dalam *Jurnal Administrative Reform* No. 2 (2014) hal. 188

industri kecil dan menengah. Pertama, sering terhambat dengan keterbatasan modal, sebagian besar pelaku usaha merintis usahanya dengan menggunakan dana pribadi, sehingga kapasitas produksi yang mereka jalankan hanya sebatas besar modal yang dimiliki sehingga membuat industri kecil belum bisa berkembang dengan maksimal. Kedua, ketersediaan bahan baku, misal seperti harga beli bahan baku yang cukup mahal atau lokasi penyedia bahan baku yang terlalu jauh membuat para pelaku bisnis harus mengeluarkan ongkos lebih untuk mendapatkan bahan baku. Ketiga, kapasitas produksi sebagian besar industri kecil tidak berani memproduksi berdasarkan pesanan yang datang dari konsumen. Keempat, promosi pemasaran yang hanya dilakukan dari mulut ke mulut dan masih takut untuk menggunakan media iklan maupun mengikuti berbagai event pameran yang diadakan pihak – pihak terkait. Kelima, keterbatasan teknologi, kebanyakan industri kecil masih menggunakan teknologi yang sangat terbatas, sehingga produksinya pun belum maksimal. Keenam, SDM masih kurang mampu oleh karena itu perlu adanya pelatih bagi SDM untuk meningkatkan keterampilan dan kemampuan karyawan agar kualitas produksi semakin baik. Ketujuh, belum ada jaringan kemitraan, sempitnya jaringan kemitraan yang dimiliki para pelaku industri membuat produk-produk industri kecil sulit bersaing di pasar global.<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup> M Malikhatin, “ Study Perbandingan Usaha Konveksi Elkhana Collection Dan D&Y Collection Menggunakan Analisis SWOT Untuk Pengembangan Usaha, “ (Kearsipan Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam, STAIN Kudus, 2016) Hal. 2-4

Industri kecil pada dasarnya perlu memiliki strategi bisnis untuk meningkatkan dan mengembangkan usaha mengingat industri kecil merupakan sektor bisnis yang paling lemah dalam melakukan terobosan usaha yang di sebabkan oleh ketidakmampuan mereka dalam melakukan berbagai strategi yang diperlukan, pada umumnya strategi bisnis yang diterapkan oleh pemilik industri kecil di dasarkan pada pengalaman yang dimiliki maupun berjalan secara pragtimis.

Pengembangan suatu usaha diharapkan mampu meningkatkan kemampuan dalam mengendalikan sistem didalam suatu industri agar terus berjalan dalam jangka panjang untuk membesarkan suatu usaha. Pengembangan usaha dilakukan dengan strategi-strategi terstruktur agar dapat menghadapi persaingan pasar yang semakin luas pemilik usaha dapat mencari inovasi terbaru dalam mengembangkan usaha yang sedang dijalani.

Pada industri kecil terdapat kesulitan yang dihadapi dalam memasarkan produk yang dibuatnya. Oleh sebab itu perkembangan usaha dari industri kecil kalah saing dipasar dengan industri besar. Dengan kalah daya saingnya produk dari industri kecil dan sulit meningkat.<sup>6</sup> maka dari itu kita di perlukan tinjauan mengenai hal pemasaran agar omset opendapatan terus meningkat dan kualitas produk tidak kalah daya saing.

---

<sup>6</sup> Putri NurAsalya, "Analisis Strategi Pengembangan Usaha Laundry Sepatu D'estilo Makassar Dalam Peningkatan Pendapatan (Tinjauan Ekonomi Islam)," (Makassar, UIN Alaudin ; 2019) hal. 19

Pemilik usaha juga dapat melakukan bauran pemasaran dengan tepat karena kemampuannya dalam memahami perilaku konsumen. Promosi produk melalui berbagai laman media online efektif membangun kesadaran merek dan daya minat beli segmen.<sup>7</sup> Dengan cara ini industri kecil mampu menetapkan harga yang tepat untuk menarik minat konsumen. Adapun hal-hal yang dapat dilakukan industri kecil yaitu cara distribusi pelayanan yang baik, kualitas yang bagus serta proses pemasaran yang tepat dan cepat.

Salah satu industri kecil dan menengah adalah industri konveksi. Konveksi merupakan proses mengubah kain, yang merupakan bahan setengah jadi menjadi pakaian siap pakai (barang jadi). Proses mengubah material setengah jadi menjadi pakaian terdiri dari tiga bagian besar, yaitu proses memotong (cutting) bahan baku kain sesuai pola pakaian, proses menjahit (making) sehingga menghasilkan sebuah produk pakaian dan proses merapikan (trimming) seperti merapikan pakaian jadi dari sisa-sisa jahitan yang kurang rapi atau benang yang masih tertinggal di dalam pakaian tersebut. Sandang atau secara lebih umum disebut pakaian oleh kita, termasuk kedalam salah satu bagian dari kebutuhan primer manusia. Kebutuhan primer yang dimasukkan adalah kebutuhan pokok atau utama yang harus dipenuhi dalam kehidupan sehari-hari.<sup>8</sup>

---

<sup>7</sup> Tatik Suryani, "Perilaku Konsumen Di Era Internet," (Yogyakarta, Graha Ilmu: 2013) hal. 9

<sup>8</sup> Riyan Triswanto, "Determinan Pertumbuhan Produksi Industri Pakaian jadi di Indonesia," (Kearifan Fakultas Ekonomi. UNS, 2015), hal. 1

Dilihat dari semakin bertumbuhnya industri ini, maka pasar yang dimiliki oleh industri ini tentunya sangat besar. Permintaan akan produk-produk yang dihasilkan oleh pelaku usaha di industri ini juga semakin tinggi. Para pengusaha industri konveksi harus peka terhadap permintaan pasar agar tidak kalah bersaing. Permintaan pasar terhadap suatu produk tentunya akan mengalami fluktuasi. Perusahaan akan menghadapi dua kemungkinan, yaitu peningkatan dan penurunan jumlah permintaan. Apabila perusahaan menghadapi dua hal tersebut sebagai suatu tantangan dan peluang yang dapat dimanfaatkan semaksimal mungkin maka akan berdampak terhadap kegiatan produksi perusahaan yang efektif dan efisien, kepuasan konsumen, dan membuat perusahaan dapat bertahan dalam industrinya.

Untuk memenuhi permintaan semaksimal mungkin, perusahaan harus melakukan perencanaan yang tepat, maka kegiatan produksi yang dapat dilakukan dengan lancar sehingga akan meraih hasil yang efektif dan efisien. Proses perencanaan dapat mengatasi masalah-masalah jangka pendek, menengah, maupun panjang yang dihadapi perusahaan. Selain itu, proses perencanaan pun dapat membantu perusahaan untuk mengatasi isu-isu kapasitas strategis.<sup>9</sup>

Salah satu pelaku usaha industri konveksi di Kediri adalah konveksi Vista Bellyo. Konveksi Vista Bellyo merupakan usaha yang

---

<sup>9</sup> Hadari Nawawi, *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Bisnis Yang Kompetitif*, (Cet. I; Yogyakarta : Gajah Mada University Press, 1996), hal.42.

bergerak dalam bidang konveksi. Usaha milik Ibu Muya Sarah ini di bentuk pada tahun 2010 yang berlokasi di Desa Woromarto Kecamatan Purwoasri Kabupaten Kediri. Letak cukup strategis, selain itu alat transportasi juga bisa masuk ke lokasi ini dengan mudah. Sehingga dapat memudahkan konsumen yang berasal dari berbagai daerah untuk menjangkaunya.

Adapun produk yang di hasilkan oleh Konveksi Vista Bellyo adalah kerudung, baju TPQ, seragam caleg, dll. Prosuk dan desain selalu mengikuti permintaan konsumen. Dengan banyaknya produk yang di hasilkan oleh Konveksi Vista Bellyo membuat usaha di kenal luas oleh masyarakat. Peran konsumen dalam promosi prosuk menjadi peluang bagi Konveksi Vista Bellyo untuk terus mengembangkan usahanya ke arah yang lebih baik sehingga daerah pemasaran yang dijangkau semakin luas.

Produk yang di hasilkan Konveksi Vista Bellyo memiliki mutu dan kwalitasa terjamin. Ini merupakan hal penting yang harus di jaga dan di pertahankan oleh suatu perusahaan. Dan Konveksi Vista Bellyo telah mempertahankan kualitas tersebut selama bertahun-tahun untuk menjaga kepercayaan dan kepuasan konsumen. Apalagi ditambah dengan surat izin usaha yang lengkap membuat perusahaan ini semakin di percaya oleh konsumen mereka, karena Konveksi Vista Bellyo karena telah ada pemerintah yang menaunginya. Selain untuk meningkatkan kepercayaan konsumen, Konveksi Vista Bellyo juga taat membayar pajak seperti yang



telah diatur dalam kebijakan pemerintah, meskipun pajak itu sendiri dapat menjadi ancaman bagi kelangsungan perusahaan.

Dari kekuatan dan kelebihan yang telah diuraikan di atas dapat diketahui bahwa Konveksi Vista Bellyo dapat dipertahankan eksistensinya hingga saat ini dengan cara melakukan pengembangan usaha, mulai dari pengembangan teknologi, memiliki mutu dan kualitas yang terjamin, dapat memproduksi barang dalam jumlah besar sehingga waktu lebih efisien, tingginya kepercayaan konsumen serta didukung oleh kelengkapan surat izin usaha.

Hingga saat ini Konveksi Vista Bellyo telah berkembang dan telah memiliki 4 karyawan tetap, dan 3 di bawa pulang. Tenaga kerja tersebut antara lain berada di bagian produksi pemotongan, jahit, dan obras, dan bagian pengepakan. Untuk tenaga kerja, Konveksi Vista Bellyo tidak memiliki kualifikasi khusus, pemilik usaha merekrut ibu-ibu. Untuk keperluan bahan baku, tentu saja Konveksi Vista Bellyo memilih bahan baku yang memiliki kualitas bagus, murah, memberikan dampak yang signifikan bagi perusahaan. Konveksi Vista Bellyo memperoleh bahan baku dari supplier di daerah Kediri untuk memenuhi kebutuhan bahan baku. Selain bahan baku ada juga alat-alat kerja yang standarnya telah sesuai dengan mutu mesin perusahaan besar telah perusahaan ini miliki, sehingga kualitas produksi dapat dipertanggungjawabkan secara penuh.

Kondisi pesaing yang semakin banyak dan juga perkembangan zaman yang semakin pesat, demi menjaga kelangsungan usahanya agar tetap eksis, Konveksi Vista Bellyo menerapkan strategi-strategi untuk mengembangkan usahanya. Strategi di sini meliputi strategi dalam hal posuk, harga, distribusi, maupun promosi. Dengan harapan kedepannya tidak kalah saing dengan industri konveksi yang baru. Meskipun begitu, Konveksi Vista Bellyo tetap memiliki citra dan keunggulan dibandingkan dengan pesaingnya.

Gambar 1.1

wawancara bersama konsumen



Pengelolaan pada usaha konveksi start nine sudah terbagi dalam tugas jobnya masing-masing. Namun dalam praktek tugasnya masih belum beraturan seperti Sumber Daya Manusia (SDM) karyawan yang belum tertata dan bekerja secara sewenang-wenang atau kemauannya sendiri yang akan berakibat pada proses produksi. Selain itu, modal yang cukup besar dalam usaha konveksi dan bahan baku yang tidak sama dengan pesanan akan menjadi kendala dalam

pengelolaan yang berakibat pada hasil produksi.<sup>10</sup> Pengelolaan suatu organisasi diperlukan tata kelola yang baik, pengetahuan dasar manajemen perlu dipahami dan diaplikasikan dengan baik oleh manajer sehingga akan sangat membantu dalam melaksanakan tugas-tugasnya dalam upaya mencapai suatu tujuan tertentu. Manajemen juga mengarahkan tingkah laku untuk mengusahakan agar semua anggota kelompok berusaha mencapai target sesuai dengan tujuan yang ditetapkan.<sup>11</sup>

Penerapan ilmu manajemen sangat diperlukan pada usaha konveksi, pemilik konveksi start nine menjadi manajer dalam usahanya sendiri. Pemilik mengelola usahanya mulai dari awal berdiri hingga usaha tersebut berjalan semakin pesat. Dalam pengelolaan konveksi, pemilik pastinya mempunyai cara atau strategi dan inovasi terbaru untuk menjawab tantangan perkembangan zaman, kebutuhan yang dibutuhkan masyarakat saat ini dan tidak kalah dengan pesaing namun tetap mempertahankan pelayanan pada konsumen.

Atas dasar latar belakang inilah, maka peneliti ingin mengetahui lebih dalam tentang meningkatkan kepuasan konsumen pada Konveksi Vista Bellyo , sehingga peneliti ingin melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul “ Manajemen Usaha Konveksi Untuk Meningkatkan Kepuasan Konsumen Vista Bellyo Di Desa Wowromarto Kecamatan Purwoasri Kabupaten Kediri”.

---

<sup>10</sup> Sriwahyuni, “Penerapan Manajemen Kinerja Dalam Meningkatkan Kualitas Kerja Pada Kantor Dinas Kependudukan Dan Pencatatan Sipil” (Sarjana Sosial Jurusan Manajemen Dakwah, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar: Makassar, 2017), hal.10

<sup>11</sup> Anton Athoillah, Dasar-Dasar Manajemen ( Bandung: Pustaka Setia, 2010) Hal.37

## **B. Fokus penelitian**

1. Bagaimana perencanaan dalam meningkatkan kepuasan konsumen pada Vista Bellyo ?
2. Bagaimana pelaksanaan dalam meningkatkan kepuasan konsumen pada Vista Bellyo ?
3. Bagaimana evaluasi dalam meningkatkan kepuasan konsumen pada Vista Bellyo ?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan fokus penelitian yang uraikan di atas maka tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Mendeskripsikan perencanaan meningkatkan kepuasan konsumen Vista Bellyo
2. Mendeskripsikan pelaksanaan segmen pasar meningkatkan kepuasan konsumen Vista Bellyo
3. Mendeskripsikan evaluasi bisnis meningkatkan kepuasan konsumen Vista Bellyo

## **D. Manfaat Penelitian**

Secara umum penelitian ini dapat memberikan hasil dicapai sesuai dengan harapan agar memberikan manfaat secara teoritis maupun praktis antara lain :

1. Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini sebagai bukti empiris dalam melihat peningkatan kepuasan konsumen Vista Bellyo.

## 2. Praktis

### a. Bagi Institusi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan acuan atau masukan untuk memberikan informasi sekaligus peningkatan terhadap kepuasan Vista bellyo yang telah berjalan.

### b. Bagi Akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi untuk menambah wawasan ilmu pengetahuan secara teori maupun praktik yang dapat digunakan untuk penelitian kelanjutan yang berkaitan dalam manajemen usaha konveksi untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

### c. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan bisa meningkatkan pemahaman dan juga menjadikan sebuah pengetahuan bagi masyarakat sekitar.

### d. Bagi pengelola

Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi dan evaluasi terhadap usaha yang dijalankan untuk menentukan kebijakan dalam menjalankan usaha selanjutnya.

## **E. Penegasan Istilah**

### **a. Definisi Konseptual**

#### 1. Manajemen Usaha

Manajemen usaha kecil dapat didefinisikan sebagai suatu proses manajemen yang diselenggarakan oleh orang-orang yang diberi wewenang dan tanggung jawab untuk mengelola sumber daya usaha kecil (manusia, keuangan, fisik, dan informasi) guna mencapai sasaran organisasi usaha secara efektif dan efisien. Usaha kecil sebagai sebuah organisasi bisnis, keseluruhan fungsi manajemen sebaiknya dijalankan dengan mempertimbangkan jenis dan skala bisnis dari usaha yang dilakukan. Jadi manajemen usaha kecil karena skala usaha bisnisnya lebih kecil, maka pengelolaan sumber daya organisasi bisnis dari usaha kecil lebih sederhana dan mudah dikelola, sehingga fungsi operasional dari manajemen usaha kecil lebih mudah direncanakan bahkan dikendalikan.<sup>12</sup>

## 2. *Planning* (Perencanaan)

Perencanaan ialah menetapkan pekerjaan yang harus dilaksanakan oleh kelompok untuk mencapai tujuan. Perencanaan meliputi kegiatan pengambilan keputusan, karena termasuk pemilihan opsi keputusan. Dalam hal ini diperlukan kemampuan untuk melihat kedepan guna membuat suatu pola tindakan untuk masa mendatang. Dari penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa perencanaan merupakan fungsi yang sangat penting dari kegiatan

---

<sup>12</sup> Rosti Setiawati, "Bimbingan Teknis Aspek Umum Manajemen Usaha Keci", *jurnal Ilmiah Abdimas*, no. 1 (2020) hal 75

manajemen karena perencanaan penting dalam penentuan arah tujuan organisasi dalam mencapai hasil yang diinginkan di masa mendatang.<sup>13</sup>

### 3. *Actuating* (Pelaksanaan)

*Actuating* merupakan upaya untuk merealisasikan suatu rencana. Dengan berbagai arahan dengan memotivasi setiap karyawan untuk melaksanakan kegiatan dalam organisasi, yang sesuai dengan peran, tugas dan tanggung jawab. Maka dari itu, *actuating* tidak lepas dari peranan kemampuan *leadership*.<sup>14</sup>

### 4. Evaluasi

Evaluasi merupakan peran dalam mengarahkan pekerjaan yang sesuai dengan tujuan organisasi. Evaluasi menjadi bentuk implementasi dari rencana, berbeda dari *planning* dan *organizing*. Evaluasi membuat urutan rencana menjadi tindakan dalam dunia organisasi.<sup>15</sup>

### 5. Meningkatkan Kepuasan Konsumen

Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) arti kata peningkatan adalah proses, cara, perbuatan

---

<sup>13</sup> George R. Terry, *Prinsip-prinsip Manajemen*, Cet. 9 ( Jakarta : Bumi Aksara 2008), hal.17

<sup>14</sup> Yohannes Dakh, " Implementasi Poac Terhadap Kegiatan Organisasi Dalam Mencapai Tujuan Tertentu," *dalam jurnal warta* NO. 50 (2016)

<sup>15</sup> Ruslaini, Abizar, Nina Ramadhani , Imam Ahmad, "Peningkatan Manajemen Dan Teknologi Pemasaran Pada Umkm Ojesa (Ojek Sahabat Wanita) Dalam Mengatasi Less Contact Ekonomi Masa Covid-19," *dalam jurnal pengabdian masyarakat* no. 1 (2021)

meningkatkan (usaha, kegiatan, dsb). Jadi peningkatan adalah lapisan dari sesuatu yang kemudian membentuk susunan, peningkatan berarti kemajuan, penambahan keterampilan dan kemampuan agar menjadi lebih baik.<sup>16</sup>

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya. Menurut yang dikutip dari buku Manajemen Pemasaran mengatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Kepuasan konsumen adalah sejauh mana manfaat sebuah produk dirasakan (perceived) sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan. Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen adalah respon terhadap evaluasi ketidaksesuaian atau diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaian. Oliver menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah rangkuman kondisi psikologis yang dihasilkan ketika emosi yang mengelilingi harapan tidak cocok dan dilipatgandakan oleh perasaan-perasaan yang terbentuk

---

<sup>16</sup> Syekhnurjati, "pengertian peningkatan?," <https://sc.syekhnurjati.ac.id/esscamp/risetmhs/BAB214111720045.pdf> , di akses 28 Februari 2023 pukul 01.11



mengenai pengalaman pengkonsumsian. Westbrook & Reilly mengemukakan bahwa kepuasan konsumen merupakan respon emosional terhadap pengalaman yang berkaitan dengan produk atau jasa yang dibeli. Gaspers mengatakan bahwa kepuasan konsumen sangat bergantung kepada persepsi dan harapan konsumen. Memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap perusahaan.<sup>17</sup>

#### 6. Konveksi

Konveksi adalah usaha milik perorangan memproduksi pakaian sesuai dengan permintaan pelanggan. Sistem anggaran produksi yang terjadi saat ini adalah pada jumlah barang yang akan diproduksi oleh bagian produksi hanya sesuai dengan permintaan berdasarkan pesanan dari pelanggan, dan jika tidak ada permintaan pesanan maka bagian produksi menjahit seragam untuk persediaan didalam toko.<sup>18</sup>

### **F. Sistematika Penulisan Skripsi**

Sistem pembahasan penulisan skripsi dalam penelitian kualitatif di susun menjadi tiga bagian diantaranya yaitu : bagian awal, bagian utama, dan bagian akhir.

---

<sup>17</sup> Acai Sudirman, dkk, *Perilaku Konsumen Dan Perkembangannya Di Era Digital*,( kabupaten Bandung : Widina Bhakti Pesada, 2020) hal. 120

<sup>18</sup> Dedi Darwis, Tika Yusiana, ” Penggunaan Metode Analisis Historis Untuk Menentukan Anggaran Produksi”, *Jurnal Management Sistem Informasi dan Teknologi*, no. 2 (2016) hal. 42

## **1. Bagian Awal**

Bagian awal terdiri dari sampul judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, motto, halaman pesembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, daftar lampiran dan abstrak.

## **2. Bagian utama**

### **a. Bab I pendahuluan**

Dalam bab pendahuluan ini menguraikan beberapa sub bab sebagai berikut: (a) Konteks Penelitian, (b) fokus penelitian, (c) tujuan penelitian, (d) batasan masalah, (e) manfaat penelitian, (f) penegasan istilah, (g) sistematika penulisan.

### **b. Bab II Kajian Pustaka**

Kajian teori sebagai bahan pembahasan hasil penelitian. Pada kajian Teori Tentang Meningkatkan Kepuasan Konsumen Vista Bellyo.

### **c. Bab III Metode Penelitian**

Pada metode penelitian terdiri dari: pendekatan dan jenis penelitian, (b) lokasi penelitian, (c) kehadiran peneliti, (d) data dan sumber data, (e) teknik pengumpulan data, (f) teknik analisis data, (g) pengecekan keabsahan temuan, dan (h) tahap-tahap penelitian.

### **d. Bab IV Hasil Penelitian**

Pada hasil penelitian terdiri: (a) Paparan Data, dan (b) Temuan Penelitian.

### **e. Bab V Pembahasan**

Pada bab pembahasan berisi analisis teori dengan hasil temuan penelitian.

### **f. Bab VI Penutup**

Pada bab penutup berisi tentang kesimpulan dan saran dari hasil penelitian

### **3. Bagian Akhir**

Pada bagian ini memuat uraian tentang daftar pustaka, lampiran-lampiran, surat pernyataan keaslian tulisan, dan daftar riwayat hidup.