

BAB I

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan perkembangan jaman dan peradaban yang semakin maju serta perkembangan teknologi yang semakin canggih orang secara sadar sangat membutuhkan informasi. Informasi pada masa sekarang ini telah menjadi kebutuhan masyarakat secara umum baik dalam skala lokal, regional maupun internasional. Informasi itu sendiri banyak ditawarkan, sehingga masyarakat menjadi sangat mudah untuk mendapatkan suatu berita secara cepat dan akurat. Informasi atau berita mengenai ekonomi, politik, dan lainnya yang terjadi di suatu daerah dengan cepat dapat diketahui baik melalui media cetak maupun elektronika yang sudah semakin berkembang.

Bergulirnya reformasi tahun 1998 menjadi sebuah tonggak kebebasan. Termasuk kebebasan berekspresi dan memaparkan fakta dalam bentuk berita. Sebelumnya insan pers merasa terbelenggu oleh berbagai perangkat peraturan yang ada. Di sisi lain, reformasi juga dimanfaatkan sebagai momentum untuk memunculkan media-media baru terutama media cetak. Seiring dengan berlakunya undang undang kebebasan pers, kalangan pelaku bisnis melihat kondisi tersebut merupakan suatu peluang yang menguntungkan, Indikasi tersebut terlihat dengan banyak bermunculannya media cetak maupun elektronik di negara kita ini.

Begitu pula dengan Yogyakarta yang terkenal dengan kota pelajar dan kota budaya ini. Media masa terutama media cetak telah mewarnai kehidupan pada masyarakatnya. Individu diberi kebebasan untuk dapat menyaring informasi yang dinilai memberikan manfaat bagi dirinya maupun masyarakat.

Dengan bermunculannya banyak media cetak baru, permasalahan yang ada adalah bagaimana dengan media yang sudah lama yang telah eksis lebih dahulu. Disini persaingan untuk menarik konsumen sangat diperlukan. Untuk memberikan kepuasan yang optimal pada konsumen maka dibutuhkan pemahaman akan perilaku konsumen. Perilaku konsumen dapat didefinisikan sebagai berikut :

Perilaku konsumen adalah kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa-jasa, termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut. (Basu swastha Dh dan Hani Handoko, 1987 : 3)

Namun tidak dapat dipungkiri bahwasanya banyak faktor yang mempengaruhi keberhasilan bisnis media masa terutama media cetak untuk mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen.

Didalam konsep pemasaran, dikatakan bahwasanya kunci untuk mencapai tujuan perusahaan adalah penentuan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang diharapkan secara efektif dan efisien dibanding dengan para pesaing. Jadi untuk itu ada empat pilar utama konsep pemasaran,

yaitu : fokus pasar, orientasi pada pelanggan, pemasaran yang terkoordinasi, dan kemampulabaan. Didalam penerapan keempat pilar tersebut dilakukan secara selaras. (Basu Swasta Dh. Dan Irawan, 1990: 8).

Dari sekian banyak media masa terutama media cetak yang ada baik media cetak yang sudah lama muncul ataupun yang baru eksis penulis memilih koran harian BERNAS untuk diteliti. BERNAS sebagai koran yang sudah lama berdiri masih bertahan dengan munculnya koran-koran baru ditambah dengan persaingan dengan koran yang sudah berpengalaman, bahkan Bernas semakin diminati oleh para konsumennya. Kondisi ini tidak terlepas dari kepuasan pembaca terhadap atribut-atribut yang ditawarkan Surat Kabar Harian Bernas baik menyangkut harga, produk/tampilan fisik, isi berita, dan pelayanan yang telah dilakukan. Penelitian ini mengambil judul:

“ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT-ATRIBUT SURAT KABAR HARIAN BERNAS DI YOGYAKARTA”.

II. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas penulis merumuskan masalah :

1. Bagaimana tingkat kepuasan Konsumen terhadap masing-masing atribut pemuas SKH Bernas di Yogyakarta?
2. Atribut apa yang paling mempengaruhi konsumen untuk memilih SKH Bernas di Yogyakarta?

III. Batasan Masalah

Agar permasalahan tidak terlalu meluas, maka penulis akan memberikan batasan penelitian sebagai berikut :

1. Responden disini adalah orang yang pernah membaca Surat kabar harian Bernas yang ada di Yogyakarta.
2. Atribut-atribut yang akan diteliti adalah :
 - a. Atribut Harga
 - 1). Harga surat kabar yang terjangkau.
 - 2). Harga surat kabar yang sesuai dengan kualitas produk.
 - 3). Harga surat kabar yang lebih murah dari surat kabar lainnya.
 - 4). Harga surat kabar sesuai dengan kuantitas/ jumlah halaman.
 - b. Produk/tampilan Fisik Surat Kabar
 - 1). Jenis kertas yang digunakan SKH Bernas.
 - 2). Halaman surat kabar yang memadai.
 - 3). Kualitas cetakan surat kabar.
 - 4). Tata letak berita dan gambar.
 - c. Isi Berita
 - 1). Isi berita yang lengkap, seimbang, dan aktual.
 - 2). Isi berita sesuai dengan fakta.
 - 3). Isi berita dengan liputan lokal, nasional, dan internasional.
 - 4). Isi berita dengan bahasa yang jelas.

d. Pelayanan

- 1). Ketepatan waktu terbit.
- 2). Pelayanan kritik dan saran.
- 3). Kemudahan dalam memperoleh surat kabar.
- 4). tanggapan terhadap keluhan pelanggan.

IV. Tujuan Penelitian

1. Penelitian ini bertujuan mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap masing-masing atribut pemuas SKH Bernas di Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui atribut apa yang paling mempengaruhi konsumen untuk memilih SKH Bernas di Yogyakarta.

V. Hipotesa

Hipotesis sangat penting artinya sebagai petunjuk dalam menganalisa dan mengumpulkan data. Pengertian tentang hipotesis menurut Webster's New Word's adalah sebagai berikut :

Hipotesa adalah suatu proporsi, kondisi atau prinsip yang sementara waktu dianggap benar, dan barangkali tanpa keyakinan, agar bisa ditarik suatu konsekwensi yang logis, dan cara ini kemudian dilakukan penelitian (*testing*) tentang kebenarannya dengan menggunakan data-data empiris hasil penelitian. (J. Supranto, 1981: 23).

d. Pelayanan

- 1). Ketepatan waktu terbit.
- 2). Pelayanan kritik dan saran.
- 3). Kemudahan dalam memperoleh surat kabar.
- 4). tanggapan terhadap keluhan pelanggan.

IV. Tujuan Penelitian

1. Penelitian ini bertujuan mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap masing-masing atribut pemuas SKH Bernas di Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui atribut apa yang paling mempengaruhi konsumen untuk memilih SKH Bernas di Yogyakarta.

V. Hipotesa

Hipotesis sangat penting artinya sebagai petunjuk dalam menganalisa dan mengumpulkan data. Pengertian tentang hipotesis menurut Webster's New Word's adalah sebagai berikut :

Hipotesa adalah suatu proporsi, kondisi atau prinsip yang sementara waktu dianggap benar, dan barangkali tanpa keyakinan, agar bisa ditarik suatu konsekwensi yang logis, dan cara ini kemudian dilakukan penelitian (*testing*) tentang kebenarannya dengan menggunakan data-data empiris hasil penelitian. (J. Supranto, 1981: 23).

Hipotesa yang ditentukan dalam penulisan skripsi ini adalah:

1. Adanya konsumen yang puas terhadap masing-masing atribut pemuas SKH Bernas di Yogyakarta.
2. Atribut isi berita adalah atribut yang paling mempengaruhi konsumen untuk memilih SKH Bernas di Yogyakarta.

VI. Manfaat Penelitian

1. Bagi penulis

Penelitian ini merupakan sarana penerapan teori ekonomi yang didapatkan di bangku perkuliahan, khususnya dalam bidang pemasaran.

2. Bagi pihak perusahaan

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai dasar pertimbangan dalam pengambilan keputusan pemasaran yang berhubungan dengan perilaku konsumen.

3. Bagi pihak lain

Dapat dipakai sebagai penambah pengetahuan dan bahan referensi yang berhubungan dengan perilaku konsumen, dan dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam penelitian yang berhubungan dengan pemasaran.