

PARSIMONIA

Jurnal Akuntansi, Manajemen, dan Bisnis

Volume 12 Nomor 1 Februari 2025

IDENTIFIKASI UPAYA INOVATIF PADA SUPPLY CHAIN PT. MULTI BINTANG INDONESIA TBK.

Titah Utami, Seno Aji Wahyono

PENGARUH GREEN KNOWLEDGE, GREEN PRODUCT, DAN GREEN PRICE TERHADAP GREEN PURCHASE INTENTION SEPEDA MOTOR RAMAH LINGKUNGAN

Studi pada Generasi Z di Pulau Jawa

Yohana Isabel Simanjuntak, Maria Angela Diva Vilaningrum Wadyatenti, Lucia Kurniawati

ANALISIS KINERJA SAHAM ANTM DAN INCO SERTA HARGA KOMODITAS EMAS SEBELUM DAN SESUDAH PERANG RUSIA-UKRAINA

Yunovisri Valenrio Buntuborrong, Steven Tumewa, Emeline Aime Kandiawan, Maichal Maichal

ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN DALAM LAYANAN PENERBITAN BUKU UNTUK SMK: MENGEKSPLORASI FAKTOR-FAKTOR KUNCI DAN PENDEKATAN PENINGKATAN KUALITAS

Hudria Zulvika, Bima Agustiya Rahman

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN ORANG TUA MENYEKOLAHKAN ANAKNYA DI SDS GOLDEN CHRISTIAN SCHOOL

Windra, Theresia Pradiani, Fathorrahman

PARSIMONIA

Jurnal Akuntansi, Manajemen, dan Bisnis

Vol.12 No.1 Februari 2025

DAFTAR ISI

IDENTIFIKASI UPAYA INOVATIF PADA SUPPLY CHAIN PT. MULTI BINTANG INDONESIA TBK. Titah Utami, Seno Aji Wahyono	1-6
PENGARUH GREEN KNOWLEDGE, GREEN PRODUCT, DAN GREEN PRICE TERHADAP GREEN PURCHASE INTENTION SEPEDA MOTOR RAMAH LINGKUNGAN (Studi pada Generasi Z di Pulau Jawa) Yohana Isabel Simanjuntak, Maria Angela Diva Vilaningrum Wadyatenti, Lucia Kurniawati	7-15
ANALISIS KINERJA SAHAM ANTM DAN INCO SERTA HARGA KOMODITAS EMAS SEBELUM DAN SESUDAH PERANG RUSIA-UKRAINA Yunovisri Valenrio Buntuborrong, Steven Tumewa, Emeline Aime Kandiawan, Maichal Maichal	16-31
ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN DALAM LAYANAN PENERBITAN BUKU UNTUK SMK: MENGEKSPLORASI FAKTOR-FAKTOR KUNCI DAN PENDEKATAN PENINGKATAN KUALITAS Hudria Zulvika, Bima Agustiya Rahman	32-36
FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN ORANG TUA MENYEKOLAHKAN ANAKNYA DI SDS GOLDEN CHRISTIAN SCHOOL Windra, Theresia Pradiani, Fathorrahman	37-49

**ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN DALAM LAYANAN PENERBITAN
BUKU UNTUK SMK: MENGEKSPLORASI FAKTOR-FAKTOR KUNCI DAN
PENDEKATAN PENINGKATAN KUALITAS**

Hudria Zulvika¹ dan Bima Agustiya Rahman²

Universitas Ma Chung¹, Universitas Ma Chung²

e-mail: 132220015@student.machung.ac.id

ABSTRAK

Industri penerbitan buku di Indonesia memiliki peran penting dalam mendukung proses belajar mengajar di berbagai jenjang pendidikan, termasuk Sekolah Menengah Kejuruan (SMK). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan penerbitan buku untuk SMK, mengidentifikasi faktor-faktor kunci yang mempengaruhi kepuasan tersebut, dan merumuskan pendekatan peningkatan kualitas layanan. Penelitian ini menggunakan metode survei kuantitatif dengan melibatkan pelanggan SMK sebagai responden. Data yang diperoleh di analisis menggunakan statistik deskriptif dan analisis faktor. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan berada pada kategori cukup puas. Penelitian ini memberikan kontribusi bagi penerbit buku untuk memahami kebutuhan dan harapan pelanggan SMK, serta merumuskan strategi peningkatan kualitas layanan yang tepat sasaran.

Kata Kunci: kepuasan pelanggan, kualitas konten, ketepatan waktu pengiriman, harga, layanan pelanggan

ABSTRACT

The book publishing industry in Indonesia plays a crucial role in supporting the teaching and learning process at various educational levels, including Vocational High Schools (SMK). This study aims to analyze the level of customer satisfaction with book publishing services for SMK, identify key factors influencing satisfaction, and formulate approaches to improving service quality. This research employs a quantitative survey method involving SMK customers as respondents. The collected data is analyzed using descriptive statistics and factor analysis. The findings indicate that overall customer satisfaction falls into the "fairly satisfied" category. This study contributes to book publishers by providing insights into the needs and expectations of SMK customers and formulating targeted service quality improvement strategies.

Keywords: customer satisfaction, content quality, on-time delivery, pricing, customer service

PENDAHULUAN

Industri penerbitan buku di Indonesia telah mengalami perjalanan panjang dan dinamis. Sejak awal kemerdekaan, industri ini didominasi oleh penerbit pemerintah dan beberapa penerbit swasta besar. Seiring dengan perkembangan jaman dan reformasi di berbagai bidang, industri penerbitan buku di Indonesia mulai menunjukkan geliat yang signifikan. Pada masa awal kemerdekaan, industri penerbitan buku di Indonesia masih tergolong muda dan belum berkembang pesat. Buku-buku yang diterbitkan pada masa ini umumnya bertemakan perjuangan kemerdekaan, nasionalisme, dan pembangunan bangsa. Penerbit pemerintah seperti Balai Pustaka dan Jajasan Pembangunan Perbukuan menjadi pemain utama dalam industri ini.

Era Orde Baru membawa perubahan besar bagi industri penerbitan buku di Indonesia. Penerbit swasta mulai bermunculan dan mendiversifikasi jenis buku yang diterbitkan. Buku-buku pelajaran, novel, dan buku-buku populer lainnya mulai digemari masyarakat. Pemerintah juga memberikan perhatian terhadap pengembangan industri penerbitan buku melalui berbagai kebijakan, seperti pemberian insentif dan kemudahan perijinan. Hal ini mendorong pertumbuhan industri penerbitan buku di Indonesia secara signifikan.

Era Reformasi membawa angin segar bagi industri penerbitan buku di Indonesia. Kebebasan pers dan demokrasi yang semakin berkembang membuka ruang bagi penerbit untuk menerbitkan buku-buku dengan berbagai tema dan sudut pandang.

Industri penerbitan buku di Indonesia memainkan peran penting dalam menunjang dunia pendidikan, termasuk pendidikan di tingkat SMK. Penerbit Kuantum, sebagai salah satu penerbit ternama di Indonesia, fokus pada penerbitan buku-buku pelajaran untuk berbagai jenjang pendidikan, termasuk SMK. Kepuasan pelanggan SMK terhadap layanan penerbitan buku Penerbit Kuantum menjadi faktor krusial dalam keberhasilan perusahaan. Memahami faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan dan merumuskan strategi peningkatan kualitas layanan menjadi landasan penting bagi Penerbit Kuantum.

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu faktor kunci dalam keberhasilan bisnis. Pelanggan yang puas dengan produk dan layanan yang diberikan cenderung akan kembali membeli produk dan merekomendasikannya kepada orang lain. Hal ini dapat meningkatkan penjualan dan profitabilitas perusahaan. Kepuasan pelanggan terhadap layanan penerbitan buku untuk SMK dapat diukur dari beberapa indikator, seperti: Kualitas buku, Ketepatan pengiriman buku, Harga, dan Pelayanan.

Meskipun industri penerbitan buku di Indonesia telah berkembang pesat, namun masih terdapat beberapa permasalahan dalam layanan penerbitan buku untuk SMK. Permasalahan tersebut antara lain: a) Kualitas buku yang kurang baik, seperti materi yang tidak sesuai dengan kurikulum, desain yang tidak menarik, dan banyak kesalahan cetak. b) Keterlambatan dalam pengiriman buku, sehingga mengganggu proses belajar mengajar di SMK. c) Harga buku yang terlalu mahal, sehingga memberatkan bagi SMK. d) Pelayanan yang kurang memuaskan, seperti sulitnya dalam melakukan pemesanan, komunikasi yang tidak lancar dengan pelanggan, dan penyelesaian masalah yang lamban. Permasalahan-permasalahan tersebut dapat menyebabkan ketidakpuasan pelanggan terhadap layanan penerbitan buku untuk SMK. Ketidakpuasan pelanggan dapat berakibat pada penurunan penjualan dan profitabilitas penerbit buku. SMK merupakan jenjang pendidikan yang penting dalam menyiapkan sumber daya manusia yang kompeten di bidang industri. Buku SMK memiliki peran penting dalam mendukung proses belajar mengajar di SMK. Buku

SMK haruslah berkualitas dan sesuai dengan kebutuhan kurikulum dan materi pembelajaran di SMK.

Oleh karena itu, penting bagi penerbit buku untuk melakukan analisis kepuasan pelanggan terhadap layanan penerbitan buku untuk SMK. Analisis kepuasan pelanggan dapat membantu penerbit buku untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan dan melakukan upaya untuk meningkatkan kualitas layanannya.

MASALAH

Kepuasan pelanggan adalah tingkat kesesuaian antara persepsi pelanggan terhadap suatu produk atau layanan dengan harapannya. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan antara lain kualitas produk, kualitas layanan, harga, promosi dan pemasaran, dan ketersediaan dan aksesibilitas. Beberapa penelitian telah dilakukan untuk menganalisis kepuasan pelanggan dalam industri penerbitan buku. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor kunci yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam industri penerbitan buku antara lain kualitas konten buku, kualitas cetakan dan desain buku, harga, dan kemudahan akses terhadap buku.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan eksplanatif. Penelitian ini menggunakan populasi seluruh pelanggan SMK yang pernah menggunakan layanan penerbitan buku untuk SMK dan sampel pada penelitian ini adalah teknik pengambilan sampel yang digunakan dapat berupa *probability sampling* atau *non-probability sampling*. Instrumen penelitian yang digunakan adalah kuisioner yang dirancang untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan penerbitan buku untuk SMK. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah survei dengan cara menyebarkan kuisioner kepada sampel yang telah ditentukan. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah survei dengan cara menyebarkan kuisioner kepada sampel yang telah ditentukan. Kuisioner dapat disebarkan secara *online* maupun *offline*. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis statistik deskriptif dan inferensial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Tingkat kepuasan pelanggan: Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan penerbitan buku untuk SMK di Indonesia secara umum berada pada kategori sedang.
2. Faktor-faktor kunci yang mempengaruhi kepuasan pelanggan: Faktor-faktor kunci yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas buku, harga, dan kecepatan layanan.
3. Peningkatan kualitas layanan: Berdasarkan hasil penelitian, direkomendasikan beberapa pendekatan untuk meningkatkan kualitas layanan penerbitan buku untuk SMK, antara lain:
 - a. Meningkatkan kualitas buku dengan memperhatikan materi, desain, dan mutu cetak.
 - b. Menawarkan harga yang kompetitif dan sesuai dengan kualitas buku.
 - c. Mempercepat proses pengiriman buku kepada pelanggan.
 - d. Meningkatkan keramahan dan kesigapan staf dalam melayani pelanggan.
 - e. Mempermudah akses informasi bagi pelanggan, seperti melalui website dan media sosial.

KESIMPULAN

Tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan penerbitan buku untuk SMK (Penerbit Kuantum Gemilang) masih belum optimal. Hal ini ditunjukkan dengan nilai rata-rata kepuasan pelanggan yang berada di bawah 75%.

Faktor-faktor kunci yang memengaruhi kepuasan pelanggan terhadap layanan penerbitan buku untuk SMK (Penerbit Kuantum Gemilang) adalah:

- a. Kualitas produk: Konten buku yang sesuai dengan kurikulum, akurat dan relevan, kualitas cetakan dan desain yang baik, serta variasi jenis dan judul buku yang tersedia.
- b. Kualitas layanan: Kemudahan proses pemesanan dan pembelian, kecepatan dan ketepatan waktu pengiriman, responsif dan komunikatifnya staf layanan pelanggan, serta ketersediaan layanan konsultasi dan informasi terkait buku.
- c. Harga: Kewajaran harga dibandingkan dengan kualitas dan manfaatnya, adanya program diskon atau promo menarik, serta kemudahan metode pembayaran.
- d. Promosi dan pemasaran: Efektivitas strategi promosi dan pemasaran dalam menjangkau target pasar SMK, kejelasan dan informatifnya informasi tentang produk dan layanan, serta kesesuaian citra perusahaan dengan target pasar SMK.
- e. Ketersediaan dan aksesibilitas: Kemudahan akses terhadap buku, baik secara *online* maupun *offline*, jangkauan distribusi buku yang luas, serta ketersediaan buku dalam format digital.

Penerapan pendekatan-pendekatan yang tepat dapat meningkatkan kualitas layanan penerbitan buku untuk SMK (Penerbit Kuantum Gemilang) dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Pendekatan-pendekatan tersebut antara lain:

1. Penelitian dan pengembangan: Melakukan riset pasar untuk memahami kebutuhan dan ekspektasi pelanggan SMK, mengembangkan produk dan layanan baru yang inovatif dan sesuai dengan tren terkini, serta meningkatkan kualitas konten dan desain buku.
2. Manajemen mutu: Menerapkan sistem manajemen mutu yang terstandarisasi, melakukan kontrol kualitas secara berkala terhadap produk dan layanan, serta memberikan pelatihan dan pengembangan berkelanjutan kepada staf.
3. Peningkatan layanan pelanggan: Mempermudah proses pemesanan dan pembelian buku, mempercepat dan meningkatkan ketepatan waktu pengiriman, meningkatkan responsif dan komunikatifnya staf layanan pelanggan, serta menyediakan layanan konsultasi dan informasi yang lebih lengkap.
4. Strategi penetapan harga: Melakukan analisis biaya dan penetapan harga yang kompetitif, menawarkan program diskon atau promo menarik untuk pelanggan SMK, serta memberikan kemudahan metode pembayaran.
5. Pengembangan promosi dan pemasaran: Memperkuat strategi promosi dan pemasaran yang terarah pada target pasar SMK, meningkatkan kejelasan dan informatifnya informasi tentang produk dan layanan, serta membangun citra perusahaan yang positif dan sesuai dengan target pasar SMK.
6. Peningkatan aksesibilitas: Memperluas jangkauan distribusi buku, menyediakan buku dalam format digital, serta meningkatkan kerjasama dengan sekolah-sekolah SMK.

DAFTAR PUSTAKA

- Anam, K. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Rental Mobil Mitra Transport). Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi, Vol.1, No.1, Hal:1-5
- Kotler, P. (2012). Manajemen Pemasaran. Edisi ke tiga belas Terjemahan. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P., dan Keller, K. (2016), *Marketing Management Fourteenth Edition*. England : Pearson Education Limited
- Manik, E. & Irda. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko Kosmetik Requeena di Kabupaten Pasaman Barat. Kumpulan Executive Summary Mahasiswa Prodi Manajemen Wisuda Ke 78 Tahun 2022. Vol. 21 No.2
- Rianto, N. (2010). Dasar - Dasar Pemasaran Bank Syariah. Bandung: Alfabeta.
- Sangadji, E & Sopiah. (2013). Perilaku Konsumen. Yogyakarta: Andi
- Siswanto, S. (2011). Membangun Citra Perusahaan. Jakarta: Damar Mulia Pustaka.