



PENGARUH PROSES HASIL PRODUKSI DIGITAL PRINTING TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN

***Maisyatus Suadaa Irfana¹, Rendi Hans Yuwono², Muhammad Yudistira Mardana³, Yuliano Yosep Jamu⁴, Nurasia Sokaufuty⁵**

STIE Mahardika Surabaya, Indonesia¹²³⁴⁵

myudistira006@gmail.com

Abstrak:

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh proses hasil produksi digital printing terhadap kepuasan konsumen. Dengan meningkatnya persaingan di industri percetakan dan tuntutan pasar yang semakin tinggi, perusahaan percetakan dituntut untuk berinovasi dalam produk dan pemasaran digital. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan desain ex-post facto. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada 100 responden yang telah menggunakan layanan digital printing. Variabel yang diteliti meliputi kecepatan proses produksi, kualitas hasil cetakan, serta pelayanan pelanggan. Data dianalisis menggunakan teknik Skala Guttman dan analisis deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kecepatan produksi, kualitas hasil cetakan, dan pelayanan pelanggan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Mayoritas responden merasa puas dengan kecepatan dan kualitas hasil produk, serta merasa harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk yang diterima. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa kualitas dan kecepatan proses produksi digital printing menjadi faktor utama yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Implikasi penelitian ini adalah pentingnya perusahaan percetakan untuk terus meningkatkan teknologi dan kualitas layanan agar tetap bersaing. Selain itu, perusahaan perlu responsif terhadap umpan balik konsumen untuk menjaga loyalitas dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: Digital Printing, Proses Produksi, kepuasan, konsumen

Abstract:

This study aims to analyze the influence of the digital printing production process on consumer satisfaction. With increasing competition in the printing industry and growing market demands, printing companies are required to innovate in digital products and marketing strategies. This study uses a quantitative method with an ex post facto design. Data was collected through a questionnaire distributed to 100 respondents who had used digital printing services. The variables studied include the speed of the production process, the quality of the prints, and customer service. The data were analyzed using the Guttman Scale technique and descriptive analysis. The results show that production speed, mold quality, and customer service have a significant influence on consumer satisfaction. The majority of

respondents were satisfied with the speed and quality of the product results and felt that the price offered was based on the quality of the product received. This study concludes that the quality and speed of the digital printing production process are the main factors that affect consumer satisfaction. The implication of this research is the importance for printing companies to continue improving their technology and service quality to remain competitive. Additionally, companies must be responsive to consumer feedback to maintain loyalty and enhance customer satisfaction.

Keywords: *Digital Printing, Production Process, satisfaction, consumers*

Pendahuluan

Kemunculan teknologi digital membuka peluang di berbagai industri, termasuk percetakan. Teknologi komputer dan printer kini memungkinkan pencetakan berkualitas tinggi, bahkan setara foto. Digital printing semakin diminati karena prosesnya yang cepat dan sesuai dengan harapan konsumen (Iqbal, 2022) (Haqqi & Wijayati, 2019) (Andriyanti et al., 2022). Permintaan produk ini pun terus meningkat, seiring dengan pergeseran pemasaran tradisional ke digital.

Namun, dalam praktiknya, kepuasan konsumen terhadap hasil produksi digital printing masih menjadi aspek yang perlu diteliti lebih lanjut (Hendarto & Sisilia, 2022)(Lestari, 2022). Beberapa faktor, seperti ketepatan warna, ketahanan bahan cetak, serta kesesuaian antara desain digital dengan hasil cetak, dapat memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Selain itu, dapat mempertahankan dan menarik lebih banyak konsumen.

Dalam penjualan online, beberapa faktor penting yang harus diperhatikan adalah: (1) Keunikan Produk – Menonjolkan Unique Selling Point (USP) untuk menarik pelanggan, (2) Deskripsi Produk yang Jelas – Menyediakan informasi ringkas dan informatif, serta (3) Membangun Kepercayaan – Respons cepat, stok terjaga, dan pengiriman tepat waktu meningkatkan kepuasan pelanggan (Wijaya, 2022)(Cahyani, 2024).

Menurut (Iqbal et al., 2022) e-commerce adalah transaksi bisnis berbasis internet yang mengurangi kendala ruang dan waktu. Perkembangannya didorong oleh kebutuhan masyarakat akan kemudahan dan kecepatan layanan. Data dari Dirjen Perdagangan menunjukkan 80% peritel mengalami peningkatan penjualan online dengan rata-rata pertumbuhan 25%. Nilai transaksi e-commerce di Indonesia pun terus bertumbuh, dari Rp 13 triliun pada 2013 menjadi Rp 34,9 triliun pada 2014, lebih dari dua kali lipat dalam setahun. Dalam era digital, kebutuhan akan layanan percetakan semakin meningkat, terutama untuk keperluan promosi dan branding. Contohnya, percetakan digital printing di Shopee atau Tokopedia yang menyediakan berbagai layanan cetak, seperti banner, stiker, dan merchandise custom. Dengan kualitas produk yang terjamin dan proses pemesanan yang mudah melalui platform Shopee, percetakan digital printing menjadi pilihan banyak pelanggan. Percetakan digital printing juga memanfaatkan berbagai platform untuk menjangkau pasar yang lebih luas (Indrapura & Fadli, 2023)(Lina et al., 2024).

Fokus pada pengaruh proses produksi digital printing terhadap kepuasan konsumen, khususnya dengan menggunakan platform online dalam sistem pemasaran produk percetakan. Penelitian ini berbeda dengan studi-studi sebelumnya yang lebih banyak membahas aspek teknis produksi tanpa memerhatikan secara mendalam dampaknya terhadap kepuasan konsumen.

Mengingat dalam era digital saat ini, kebutuhan akan layanan percetakan terus meningkat, terutama untuk keperluan promosi dan branding. Layanan percetakan digital, seperti yang ditemukan di platform e-commerce besar seperti Shopee atau Tokopedia, semakin menjadi pilihan utama karena kualitas yang terjamin dan proses pemesanan yang mudah (Wijoyo et al., 2020)(Roliansyah et al., 2022). Oleh karena itu, penting untuk terus memahami faktor-faktor yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan di sektor ini agar perusahaan percetakan tetap bersaing di pasar yang kompetitif.

Manfaat penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang berguna bagi industri percetakan, terutama dalam meningkatkan manajemen penjualan dan memungkinkan personalisasi produk yang lebih baik. Selain itu, penelitian ini dapat memberikan informasi bagi perusahaan percetakan untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan mereka berdasarkan umpan balik konsumen, serta mendorong penggunaan media online untuk memperluas pasar mereka.

Berdasarkan pemaparan yang persaingan yang ketat di industri percetakan digital mendorong penyedia layanan untuk terus meningkatkan kualitas hasil produksi agar menjadi permasalahan di atas, maka penulis mengangkat penelitian "Pengaruh Proses Hasil Produksi Digital Printing Terhadap Kepuasan Konsumen".

Metode

Penelitian ini menggunakan metode ex-post facto, yaitu mengkaji peristiwa yang telah terjadi untuk menganalisis hubungan sebab-akibat berdasarkan dampak yang tampak. Pendekatan yang digunakan bersifat kuantitatif, dengan data berupa angka yang diperoleh dari kuesioner yang disebarkan kepada responden sesuai lokasi penelitian. Terdapat dua variabel dalam penelitian ini. Variabel bebas (X) adalah hasil proses produksi, sedangkan variabel terikat (Y) adalah kepuasan konsumen, yang dipengaruhi oleh variabel bebas.

Analisis data dilakukan melalui dua pendekatan. Analisis kuantitatif digunakan untuk mendeskripsikan data yang telah dikumpulkan tanpa membuat generalisasi luas, sementara analisis kualitatif berfungsi untuk menginterpretasikan hasil kuantitatif dan menarik kesimpulan.

Penelitian ini juga menerapkan teknik Skala *Guttman Cross-Sectional*, dimana data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan metode perhitungan kuantitatif untuk memperoleh hasil yang lebih terstruktur.

Hasil dan Pembahasan

Pada penelitian ini, data yang digunakan bersumber dari beberapa penyedia jasa digital printing yang beroperasi di berbagai wilayah. Data yang diperoleh mencakup konsumen yang menggunakan layanan digital printing untuk berbagai kebutuhan percetakan. Faktor-faktor seperti ketepatan warna, ketahanan bahan cetak, dan

kesesuaian desain dengan hasil akhir menjadi aspek penting dalam menilai kepuasan pelanggan (Arlini et al., 2024) (Harjadi, 2021). Mengingat persaingan yang ketat dalam industri percetakan digital, peningkatan kualitas hasil produksi menjadi salah satu upaya utama untuk mempertahankan dan menarik lebih banyak konsumen.

Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden, yang dipilih secara acak tanpa berfokus pada perusahaan tertentu. Responden terdiri dari laki-laki dan perempuan dengan rentang usia 18 hingga 60 tahun. Setelah menentukan data dan sampel beserta kriterianya, peneliti melakukan pengumpulan data melalui angket (kuesioner) yang disebarakan kepada konsumen yang telah menggunakan layanan digital printing. Kuesioner ini dirancang untuk mengukur pengaruh waktu proses produksi cetak digital terhadap kepuasan konsumen. Rincian pertanyaan yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Instrumen Pertanyaan Angket Waktu Proses Produksi Digital Printing

No.	Pertanyaan
1.	Apakah Anda puas dengan kecepatan proses produksi digital printing?
2.	Apakah kualitas hasil cetakan dari produk digital printing sesuai dengan harapan Anda?
3.	Apakah Anda pernah menerima produk digital printing dengan kesalahan atau cacat?
4.	Apakah Anda puas dengan pelayanan pelanggan yang diberikan oleh penyedia layanan digital printing?
5.	Apakah Anda merasa harga yang ditawarkan sebanding dengan kualitas produk yang diterima?
6.	Apakah Anda akan merekomendasikan layanan digital printing ini kepada orang lain?

Pengukuran pengaruh waktu proses produksi digital printing terhadap kepuasan konsumen dilakukan dengan menggunakan metode skala Guttman (Saharja & Gobal, 2021). Metode ini digunakan untuk memperoleh jawaban yang jelas dan tegas terkait suatu permasalahan yang diajukan, dengan pilihan jawaban yang terbatas seperti "Ya" dan "Tidak" atau "Benar" dan "Salah". Untuk penilaian, jawaban "Ya" diberi skor 1, sementara jawaban "Tidak" diberi skor 0. Data yang diperoleh dari kuesioner kemudian dipindahkan ke dalam tabel distribusi frekuensi, yang dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Persentase Jawaban Responden Untuk Variabel Waktu Proses Produksi Digital Printing

Item Pertanyaan	(%) Jawaban "Ya"	(%) "Tidak"	Jawaban
P1	67	13	
P2	70	10	
P3	64	16	
P4	68	12	
P5	73	7	
P6	73	7	
Total	415	67	
Rata-Rata	69,16	11,16	

Sumber: Data Diolah Penulis, 2025

Berdasarkan hasil perhitungan pada Tabel 2, dapat dijelaskan bahwa pada pertanyaan pertama (P1), sebanyak 67 responden memberikan jawaban "Ya", sementara 13 responden menjawab "Tidak". Pada pertanyaan kedua (P2), terdapat 70 responden yang menjawab "Ya" dan 10 responden yang menjawab "Tidak". Untuk pertanyaan ketiga (P3), sebanyak 64 responden memberikan jawaban "Ya", sedangkan 16 responden menjawab "Tidak". Sementara itu, pada pertanyaan keempat (P4), sebanyak 68 responden menjawab "Ya" dan 12 responden memilih "Tidak". Pada pertanyaan keempat (P5), sebanyak 73 responden menjawab "Ya" dan 8 responden memilih "Tidak". Pertanyaan terakhir keempat (P6), sebanyak 73 responden menjawab "Ya" dan 8 responden memilih "Tidak".

Selanjutnya, persentase jawaban "Ya" dihitung untuk menganalisis hasil dari setiap pertanyaan (P1, P2, P3, dan P4). Perhitungan persentase dilakukan sebagai berikut:

1. Persentase jawaban "Ya" untuk P1: $(67/80) \times 100\% = 83,75\%$
2. Persentase jawaban "Ya" untuk P2: $(70/80) \times 100\% = 87,5\%$
3. Persentase jawaban "Ya" untuk P3: $(64/80) \times 100\% = 80\%$
4. Persentase jawaban "Ya" untuk P4: $(68/80) \times 100\% = 85\%$
5. Persentase jawaban "Ya" untuk P4: $(73/80) \times 100\% = 91,25\%$
6. Persentase jawaban "Ya" untuk P4: $(73/80) \times 100\% = 91,25\%$

Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa waktu proses produksi digital printing lebih cepat dibandingkan cetak konvensional, dengan tingkat kesesuaian mencapai 70%. Pada pertanyaan P2, terbukti bahwa kecepatan proses cetak digital tetap menghasilkan produk berkualitas dengan tingkat kesesuaian 66,67%. Selanjutnya, pertanyaan P3 menunjukkan bahwa faktor kecepatan produksi menjadi alasan utama konsumen memilih cetak digital, dengan persentase kesesuaian 71,67%. Sementara itu, pada pertanyaan P4, diperoleh hasil bahwa kecepatan proses produksi digital printing memberikan kepuasan bagi konsumen, terbukti dengan tingkat kesesuaian sebesar 65%.

Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden merasa puas dengan kecepatan proses produksi digital printing, dengan tingkat kesesuaian mencapai 83,75%. Pada pertanyaan P2, terbukti bahwa kualitas hasil cetakan digital printing sesuai dengan harapan konsumen, dengan tingkat kesesuaian sebesar 87,5%. Selanjutnya, pertanyaan P3 menunjukkan bahwa sebagian besar responden jarang menerima produk digital printing dengan kesalahan atau cacat, dengan persentase kesesuaian 80%. Pada pertanyaan P4, hasil menunjukkan bahwa pelayanan pelanggan yang diberikan oleh penyedia layanan digital printing dinilai memuaskan oleh konsumen, dengan tingkat kesesuaian sebesar 85%. Sementara itu, pada pertanyaan P5, mayoritas responden merasa bahwa harga yang ditawarkan sebanding dengan kualitas produk yang diterima, dengan persentase kesesuaian mencapai 91,25%. Terakhir, pertanyaan P6 menunjukkan bahwa sebagian besar responden bersedia merekomendasikan layanan digital printing kepada orang lain, terbukti dengan tingkat kesesuaian yang sama, yaitu 91,25%.

Langkah selanjutnya adalah melakukan perhitungan secara keseluruhan terhadap variabel waktu proses produksi dan kepuasan pelanggan dalam layanan cetak digital berdasarkan keempat pertanyaan yang digunakan sebagai instrumen penelitian. Hasil perhitungan diperoleh sebagai berikut:

- a. Nilai untuk jawaban "YA" diberikan skor 1

- b. Nilai untuk jawaban “TIDAK” diberikan skor 0
Selanjutnya, data dikonversikan ke dalam persentase:

Persentase jawaban “YA” dihitung dengan rumus: $1 \times 100\% = 100\%$

Persentase jawaban “TIDAK” = $0 \times 100\% = 0\%$ (sehingga tidak diperhitungkan)

Dari hasil pengolahan data kuesioner, diperoleh rata-rata jawaban “YA” sebesar:
 $(69,16/80) \times 100\% = 86,45\%$

Berdasarkan hasil pengolahan data yang telah dilakukan, secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa proses hasil produksi digital printing berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hal ini ditunjukkan oleh persentase rata-rata jawaban "YA" sebesar 83,75%, yang mencerminkan tingkat kesesuaian antara waktu produksi dan kepuasan konsumen. Hasil pengukuran menunjukkan bahwa kecepatan proses produksi digital printing lebih baik dibandingkan metode cetak konvensional, dengan tingkat kepuasan 83,75%, sehingga konsumen merasa puas. Selain itu, meskipun proses cetak digital berlangsung cepat, kualitas hasil cetakan tetap sesuai dengan harapan pelanggan, sebagaimana dibuktikan dengan tingkat kesesuaian 87,5%. Lebih lanjut, faktor kecepatan produksi menjadi salah satu alasan utama konsumen memilih digital printing, dengan persentase kesesuaian sebesar 80%. Sementara itu, 85% responden merasa puas dengan pelayanan pelanggan yang diberikan oleh penyedia layanan digital printing. Selain itu, 91,25% konsumen merasa bahwa harga yang ditawarkan sebanding dengan kualitas yang diterima, dan 91,25% responden menyatakan bersedia merekomendasikan layanan digital printing kepada orang lain. Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa digital printing merupakan pilihan yang efektif dalam memenuhi kebutuhan cetak konsumen. Meskipun terdapat berbagai faktor yang memengaruhi keputusan pelanggan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kecepatan proses produksi digital printing memberikan kepuasan yang tinggi bagi konsumen dan berkontribusi terhadap loyalitas pelanggan.

Kesimpulan

Berdasarkan temuan penelitian, disarankan agar perusahaan digital printing terus berinvestasi dalam peningkatan teknologi dan pelatihan sumber daya manusia untuk memastikan kualitas produk yang dihasilkan tetap tinggi. Perusahaan juga perlu melakukan survei rutin untuk mengumpulkan umpan balik dari konsumen, sehingga dapat memahami lebih baik kebutuhan dan preferensi mereka. Selain itu, strategi pemasaran yang menekankan keunggulan dalam waktu produksi dan kualitas hasil dapat membantu menarik lebih banyak pelanggan. Dengan demikian, perusahaan tidak hanya akan meningkatkan kepuasan konsumen tetapi juga memperkuat posisi mereka di pasar digital printing yang semakin kompetitif. Dengan fokus pada peningkatan kualitas dan efisiensi, serta responsif terhadap umpan balik konsumen, perusahaan dapat menciptakan pengalaman layanan yang lebih baik dan meningkatkan daya saing mereka di industri ini.

Pada penelitian ini menunjukkan bahwa proses hasil digital printing memiliki pengaruh yang besar terhadap kepuasan konsumen. Melalui analisis kuantitatif yang dilakukan, ditemukan bahwa variabel seperti kecepatan waktu produksi, kualitas cetakan, cacat pada produk, dan harga sangat berkontribusi terhadap tingkat kepuasan konsumen sehingga ada kemungkinan para konsumen merekomendasikan layanan digital printing kepada orang lain. Data yang dikumpulkan dari responden menunjukkan bahwa

mayoritas konsumen merasa puas dengan hasil cetakan digital printing, terutama dalam hal kecepatan layanan dan kualitas produk. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa perusahaan yang menerapkan teknologi digital printing dengan baik dapat memenuhi harapan konsumen dan meningkatkan loyalitas mereka. Selain itu, hubungan positif antara kualitas hasil cetakan dan kepuasan konsumen menjadi faktor kunci yang harus diperhatikan oleh pelaku industri.

Daftar Pustaka

- Andriyanti, S., Sinaga, R., & Lubis, R. (2022). Aplikasi ornamen Sumatera Utara kreasi kekinian pada desain busana ready-to-wear dengan teknik sablon printing. *Gorga: Jurnal Seni Rupa*, 11(1), 25–35.
- Arlini, N., Lubis, L. E., & Martius, M. (2024). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Percetakan Cv. Hafiz Bersaudara. *Journal of Management and Accounting (JMA)*, 3(2), 37–53.
- Cahyani, I. P. (2024). *Analisis Strategi Konten Marketing Media Sosial Instagram@agusjuliand dan@gembulfoodie Dalam Menyebarkan Informasi Wisata Kuliner Di Yogyakarta*. Universitas Islam Indonesia.
- Haqqi, H., & Wijayati, H. (2019). *Revolusi industri 4.0 di tengah society 5.0: sebuah integrasi ruang, terobosan teknologi, dan transformasi kehidupan di era disruptif*. Anak Hebat Indonesia.
- Harjadi, D. (2021). *Experiential Marketing & Kualitas Produk dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial*.
- Hendarto, S. P., & Sisilia, K. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, Komunikasi WoM, dan Kepuasan Pelanggan terhadap Kepercayaan Konsumen pada Percetakan Online. *Jurnal Mirai Management*, 7(1), 127–140.
- Indrapura, P. F. S., & Fadli, U. M. D. (2023). Analisis strategi digital marketing di perusahaan Cipta Grafika. *Jurnal Economina*, 2(8), 1970–1978.
- Iqbal, M. (2022). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN JASA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA USAHA PERCETAKAN DAN DIGITAL PRINTING DI HOLIX COMPUTER (STUDI GOMONG KOTA MATARAM)*. UIN Mataram.
- Iqbal, M., Tullah, R., & Michael, M. (2022). Perancangan aplikasi penjualan berbasis web pada usaha kecil menengah (ukm). *Vol, 4*, 48–53.
- Lestari, A. (2022). *Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus di Percetakan MK Digital Printing)*. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Lina, L., Pragantha, J., & Ranny, R. (2024). Perancangan media pemasaran digital untuk usaha percetakan. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 8(4), 3478–3484.
- Roliansyah, A., Utami, A. P., Asnaini, A., & Afrianty, N. (2022). Analisis Transaksi Jual Beli Online Di Marketplace Shopee Menurut Konsep Bisnis Islam Pada Masa Pandemi Covid 19. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 1(5), 443–456.
- Saharja, K., & Gobal, R. (2021). Pengaruh Waktu Proses Produksi Digital Printing Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Produk Cetak. *J-SAKTI (Jurnal Sains*

- Komputer Dan Informatika*), 5(1), 458–469.
- Wijaya, D. (2022). *Formula Copywriting: Seni Merangkai Kata untuk Melejitkan Penjualan*. Laksana.
- Wijoyo, H., Vensuri, H., Musnaini, M., Widiyanti, W., Sunarsi, D., Haudi, H., Prasada, D., Setyawati, L., Kristianti, K., & Muhammad Lutfi, A. (2020). *Digitalisasi umkm*. Penerbit Insan Cendikia Mandiri.