

# PENGGARUH KUALITAS TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN DI CV. CIPTA KARSA SEJATI

<sup>1</sup>Reni Renawaty, <sup>2</sup>Nuniek Dewi Pramanik  
Administrasi Keuangan  
Politeknik PiksiGanesha, Jl. Jend. Gatot Soebroto No. 301 Bandung.  
Email: <sup>1</sup>[renirena169@gmail.com](mailto:renirena169@gmail.com), <sup>2</sup>dewipramanikn@gmail.com

## ABSTRACT

*The aim of this researcher is to find out and analyze whether product quality has a significant effect on sales at CV. Cipta Karsa Sejati Balaendah, Bandung Regency. In this study using qualitative methods and data analysis techniques using descriptive methods. namely observation, interview and documentation study. to company management, and consumers who have purchased products from CV. Cipta Karsa Sejati. New consumers buy, and new consumers are given a sample. The results of this research show that product quality has a significant influence on purchasing decisions for CV. Cipta Karsa Sejati products. The advice for CV. Cipta Karsa Sejati is to control quality so that it is well maintained and develop the business and innovate so that it gets a good reputation in the eyes of consumers.*

**Keywords:** *product quality , sales , buying decisions*

## ABSTRAK

Tujuan peneliti ini untuk mengetahui dan menganalisis apakah kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap penjualan pada CV. Cipta Karsa Sejati Balaendah Kabupaten Bandung. Dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan Teknik analisis data menggunakan metode deskriptif. yakni observasi, wawancara dan study dokumentasi. kepada manajemen perusahaan, dan konsumen yang sudah pernah membeli Produk CV. Cipta Karsa Sejati. Konsumen yang baru membeli, dan calon konsumen yang baru di berikan sample. Adapun hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk CV. Cipta Karsa Sejati. Saran bagi CV. Karsa Sejati yaitu monitoring berkala kualitas agar tetap terjaga baik dan kembangkan bisnis serta lakukan inovasi supaya mendapat predikat yang bagus di mata konsumen.

Kata kunci : kualitas produk , penjualan , keputusan pembelian

## PENDAHULUAN

Persaingan dalam dunia perindustrian dan perdagangan tentunya di zaman modern ini sangatlah ketat mengingat bertambahnya perusahaan-perusahaan semakin banyak dan tak terkendali. Suatu perusahaan yang baru merintis apabila tidak berhasil memperkenalkan dan mempromosikan produknya kepada konsumen atau tidak memiliki kualitas maka usaha tersebut kurang berhasil atau tidak maksimal. CV. Cipta Karsa Sejati yang berlokasi Komplek Pondok Giri harja endah. Jl. Alamanda Jelekong, Balaendah. Kab. Bandung Jawa Barat. Merupakan suatu perusahaan yang baru berjalan sekitar 1 Tahun. Dan bergerak di bidang perdagangan dan produksi, Produk CV. Cipta Karsa Sejati terdiri dari: Topi SD, Topi SMA dan Topi Boni atau Topi Pramuka. melihat perusahaan yang bisa dikatakan baru ini menjadi suatu tantangan bagi pihak management CV. Karsa Sejati untuk meningkatkan kualitas yang sudah ada supaya bisa bersaing dan unggul dengan kompetitor sejenis yang sudah lama maupun yang baru. Hal itu karena persaingan dalam dunia perindustrian dan perdagangan semakin meningkat serta di dorong dengan adanya kemajuan teknologi yang semakin maju saat ini. Mengingat tujuan dari perusahaan yakni untuk mencari dan mendapatkan laba yang sebesar-besarnya supaya dapat mengembangkan perusahaan menjadi lebih baik dan lebih maju. Serta dapat menarik calon konsumen baru dan mempertahankan konsumen yang sudah setia. Tak hanya itu, Kualitas produk juga dapat memastikan bisnisnya mengalami tingkat perkembangan yang signifikan. Bisnis yang mempromosikan produk-produk tanpa adanya kualitas yang jelas dan bagus akan sulit berkembang karena tidak dapat menarik konsumen untuk bisa melakukan pembelian. Maka dari itu perusahaan di tuntut untuk memberikan

barang dengan kualitas yang baik supaya tidak kalah dengan pesaing yang lain dan di harapkan bisa meningkatkan volume penjualan. Menurut Aaker (1997) mengatakan "Kualitas produk ialah persepsi pelanggan terhadap keseluruhan atau keunggulan suatu produk atau jasa layanan yang berkenaan dengan maksud yang akan diharapkan. Kualitas produk merupakan salah satu faktor yang dapat menstimulasi keputusan pembelian dengan cara meningkatkan atau menawarkan kualitas produk sesuai apa yang di harapkan konsumen". Menurut (Astuti Wiguna dan Matondang Nurhafifah, 2020) "Kualitas produk adalah segala sesuatu yang dapat kita tawarkan oleh produsen yang untuk diperhatikan, dapat digunakan, dibeli dan juga dapat dikonsumsi oleh konsumen maupun produsen sesuai dengan kebutuhan konsumen tertentu". Menurut Mulyadi dalam (Asrianti dan Bake, 2014) "Penjualan adalah barang yang diproduksi dan dijual perusahaan tersebut. Penjualan merupakan kegiatan yang dilakukan oleh penjual dalam menjual barang atau jasa dengan harapan akan memperoleh laba dari adanya transaksi-transaksi tersebut". Oleh karena itu peneliti tertarik untuk mengangkat penelitian ini. Berikut permasalahan yang akan diteliti adalah (1) Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap volume penjualan di CV. Cipta Karsa Sejati? (2) Mengapa kualitas produk mempengaruhi penjualan?. Tujuan dari penelitian ini adalah Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap volume penjualan di CV. Cipta Karsa Sejati.

## METODE

Metode penelitian yang di gunakan yakni pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. "metodelogi adalah proses, prinsip, dan prosedur yang kita gunakan untuk mendekati problem dan mencari jawaban" (Mulyana, 2008: 145). "Penelitian kualitatif bertujuan

mempertahankan bentuk dan isi perilaku manusia dan menganalisis kualitas-kualitasnya, alih-alih mengubahnya menjadi etitas-etitas kuantitatif" (Mulyana, 2008: 150). Metode penelitian Deskriptif Kualitatif adalah suatu riset kualitatif yang bentuk deskripsinya menggunakan fakta atau fenomena yang didapatkan dari data-data secara apa adanya. "Penelitian deskripsi adalah suatu metode riset yang memiliki tujuan untuk menjelaskan secara spesifik peristiwa alam dan sosial yang terjadi di masyarakat". Pujiani (2010). Tujuan dari penelitian deskriptif ini ialah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat hubungan antar fenomena yang di selidiki.

#### **TEKNIK PENGUMPULAN DATA**

Teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif yakni dengan melakukan observasi, kemudian wawancara, dan studi dokumentasi.

##### **1) Observasi**

Observasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pengamatan. Pengamatan dilakukan dengan cara non participant observation terhadap konsumen tetap dan konsumen baru dan calon konsumen yang telah membeli dan yang baru hanya diberikan sample produk CV. Cipta Karsa Sejati.

##### **2) Wawancara**

Wawancara dilakukan agar dapat mengetahui dan melengkapi data, serta upaya memperoleh data yang akurat dari sumber data yang tepat. Dalam penelitian ini, penulis mewawancarai 4 orang informan, yang terdiri dari management, konsumen tetap dan konsumen baru membeli 1 kali serta calon konsumen yang baru diberikan sample.

##### **3) Studi dokumentasi**

Studi dokumentasi dalam penelitian ini diperlukan untuk mengumpulkan data dan mempertajam analisis penelitian kemudian di telaah yang berkaitan dengan kualitas produk CV. Cipta Karsa Sejati.

#### **Informan Penelitian**

Penulis menggunakan teknik "*sampling purposive*" agar dapat menentukan informan dalam penelitian ini. Teknik "*sampling purposive*" yaitu cara menentukan informan dengan memilih informan sesuai dengan kriteria dan kebutuhan penulis dalam penelitian ini. Menurut Creswell (2008:14), "Dalam penelitian kualitatif, obyek/peserta yang akan diteliti ditentukan oleh peneliti (*purposeful sampling*) yaitu melakukan pemilihan/seleksi terhadap orang atau tempat yang terbaik yang dapat membantu kita dalam memahami sebuah fenomena". Para informan yang terpilih adalah Management CV. CKS, Konsumen tetap, Konsumen baru, dan Konsumen yang baru diberikan sample belum membeli:

1. Management CV. CKS
2. Konsumen tetap sering membeli untuk kebutuhan stock dagang
3. Konsumen baru, baru membeli untuk kebutuhan jualan online
4. Konsumen yang baru diberikan sample produk belum membeli, pedagang glosir aksesoris wanita.

#### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang telah dilakukan, penulis dapat menguraikan dengan jelas tentang kualitas produk berpengaruh pada penjualan CV. Cipta Karsa Sejati. Penulis memperoleh hasil mengenai seberapa berpengaruh kualitas terhadap penjualan produk yang beragam.

Aj, sebagai management produksi dan pemasaran menyampaikan bahwa kualitas produk sangat penting bagi

penjualan, karena dari kualitas konsumen menjadi order kembali dan menambah volume orderannya. Berikut penuturan hasil wawancaranya.

*Kualitas itu penting banget buat penjualan, konsumen dan bagi perusahaan ya, soalnya selama saya menjabat disini itu terlihat jelas sekali konsumen yang biasanya beli 10.000 pics, kemudian order kembali 20.000 pics. jadi meningkat ya dari awalnya order berapa jadi order nambah ya itu tadi karna kualitas bagus. Dan juga kalo kita mempunyai kualitas produk yang bagus konsumen tidak akan kecewa, bahkan akan puas dengan produk yang ia beli, itu suatu kebanggaan ya bagi saya dan perusahaan. Makanya kita sangat memperhatikan dan monitoring sakali kualitas produk-produk kita ya, apalagi topi produk kita itu inovatif ya banyak inovasi, seperti dari segi bahan yang bagus, penjahit yang rapih, dan model yang beragam lebih awet juga, kita juga tersedia garansi ya, jadi apabila produk ada yang tidak bagus atau cacat produksi bisa ditukar pada 2 hari setelah pembelian ya, itu kita ganti baru, dan itu juga termasuk kualitas pelayanan juga ya supaya konsumen tidak kecewa, dan order kembali, karna kepercayaan dan rasa nyaman bisa didapatkan.*

Berikut gambar hasil foto produk CV. Cipta Karsa Sejati.



Gambar Topi Boni/Pramuka  
(Sumber CV. CKS)



Gambar Topi Boni/Pramuka Laken  
dan Jaring  
(Sumber CV.CKS )



Gambar Topi Boni/Pramuka Perkodi  
(Sumber CV.CKS)



Gambar Topi SD  
(Sumber CV. CKS)



Gambar Topi SMA  
(Sumber CV. CKS)



Gambar Topi SD, SMP DAN SMA  
(Sumber CV. CKS)

Dalam hasil wawancara diatas, penulis melihat bahwa Aj menggugulkan kualitas supaya mempengaruhi

orderan/penjualan. Hal ini dikarenakan pengakuan Aj yang tetap mempertahankan kualitas produknya. Dan juga kualitas pelayanan, seperti tersedia garansi apabila ada complain produk, dan itu diganti baru.

Selain Aj, informan lain yang berasal dari konsumen tetap An, An sering membeli untuk kebutuhan stock gudang Dan kebutuhan jual (tangan ke dua) ternyata An juga memiliki pendapat yang sama, Dia pun menceritakan bahwa kualitas penting untuk volume penjualan berikut penuturan hasil wawancaranya.

*Kualitas penting banget buat saya ya, apalagi saya konsumen tetap CV. CKS sudah percaya, dan sudah membuktikan memang kualitasnya bagus seperti produknya itu tidak gampang rusak ya, jadi awet soalnya dari bahan juga sudah bagus. soalnya dari konsumen saya itu jadi jarang komplain, karna itu buat saya suatu prestasi ya tidak ada komplainan, dari situ kan konsumen jadi percaya dan ingin membeli kembali, saya kan penjual tangan ke dua. Jadi saya membeli dan untuk di jualkan langsung kepada konsumen secara eceran. kalo belinya kan kita perkodi.*

Dari hasil wawancara diatas, penulis melihat bahwa AN menjadi percaya diri dengan produk yang dijualnya dikarenakan kualitas yang baik menjadikan konsumen tidak komplain bahkan order kembali.

Adapun pendapat berbeda dari informan penulis yang lain, Mh berasal dari konsumen yang baru membeli 1 kali di Cv. Cipta Karsa Sejati. Menurut Mh selain kualitas ada indikator harga juga yang mempengaruhi penjualan berikut penuturan hasil wawancaramya.

*Kualitas menang penting, tapi saya kalo itu tidak mampu saya beli alias kemahalan ya gimana, jadi menurut saya kualitas produk bagus untuk produk CV. CKS ini saya suka tapi kalo bisa harga*

*agak dikurangin lah yaa hehe soalnya saya untuk dijual online. Supaya saya order kembali atau ada diskon harga. Kalo kualitas sih tidak diragukan ya apalagi CV. CKS ini ada garansi nya apabila produknya cacat bisa ditukar dengan produk baru. Untuk saya penjual online itu sangat berguna ya supaya saya meminimalisir kerugian, kalo bisa sih semuanya bagus sih, tapi baru beli 1 kali bagus alhamdulillah, semoga kedepannya tetap menjaga kualitas, dan harganya ada diskon juga.*

Dari hasil wawancara diatas penulis melihat bahwa Mh setuju dengan kualitas CV. CKS memang bagus, apalagi ada garansi yang ditawarkan. akan tetapi Mh ingin diberi diskon untuk pembelian selanjutnya karna menurut dia indikator naiknya penjualan tidak hanya kualitas ada juga indikator harga.

Kemudian menurut informan penulis yang lain yaitu Is, Is berasal dari calon pembeli yang baru diberikan sample produk CV. CKS Is sehari-hari berjualan glosir accesoris wanita seperti ikat rambut cicin, gelang dan lain-lain. Menurut Is kualitas produk CV. CKS sangat bagus, dan harga terjangkau dan bahanya juga bagus tidak seperti produk yang lain banyak inovasinya, dia ingin membeli produknya tetapi dia ingin berdiskusi dulu dengan suaminya perihal keuangan. Berikut hasil penuturan wawancaranya

*Bagus ya topi produknya tidak seperti kebanyakan, banyak inovasi dan lebih modern bahanya juga bagus jahitannya rapih tidak asal-asalan, kualitas bagus, saya tertarik dengan produknya, dan juga ada garansi ya, wah bagus sekali sih biar kita ada jaminan juga tapi saya harus berunding dulu dengan suami untuk keuangannya, paling nanti saya kabarin kembali ya pak?. Makasih untuk sample nya.*

Dari hasil wawancara diatas penulis melihat bahwa calon konsumen tertarik pada produk topi CV. CKS dari segi kualitas barang bagus banyak inovasi menjadikan produk lebih unggul dibanding produk lain. Ia juga senang dengan adanya garansi produk supaya ada jaminan apabila produk ada yang gagal produksi. Dan ingin memesan tinggal menunggu ijin dari suaminya.

Penulis melihat beragamnya jenis indikator untuk menaikkan volume penjualan yang didasari oleh latar belakang informan tersebut. Dibawah ini penulis melakukan kategorisasi data hasil penelitian sesuai dengan observasi dan wawancara yang telah dilakukan penulis. Berikut ini adalah table kategorisasi data hasil penelitian tersebut.

Kategori Indikator terhadap Peningkatan Penjualan di CV. Cipta Karsa Sejati

No	Indikator Penjualan	
	Latar belakang informan	Indikator Penjualan
1.	Management	Kualitas
2.	Konsumen tetap	Kualitas
3.	Konsumen baru membeli 1 kali	Kualitas, harga
4.	Calon konsumen yang baru diberikan sample produk	Kualitas

Tabel 1. Indikator Penjualan (Sumber : Kerangka Pemikiran Peneliti 2023)

Dalam tabel di atas, penulis dapat menggambarkan dengan jelas tentang adanya keberagaman jenis indikator

penjualan dalam meningkatkan volume penjualan. Oleh karena itu berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa para konsumen maupun management yang menjadi informan penelitian penulis ini menggunakan indikator yang sama, Management dan Konsumen tetap serta Konsumen yang baru membeli 1 kali dan Calon konsumen yang baru diberikan sample, sepakat bahwa kualitas adalah indikator paling penting diantara indikator lain yang dalam menentukan naiknya volume penjualan.

## **KESIMPULAN & SARAN**

### **Kesimpulan**

Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa para konsumen dan management CV. Cipta Karsa Sejati sepakat bahwa indikator penjualan yang paling baik adalah menjaga kualitas produk tetap baik. Supaya volume penjualan semakin meningkat. Dan konsumen tetap setia tidak pindah ke kompetitor sejenis bahkan bisa menarik konsumen baru dan mempertahankan konsumen yang sudah ada.

### **SARAN**

Saran penelitian ini untuk management CV. Cipta Karsa Sejati agar tetap menjaga kualitas serta berinovasi terus menerus dan juga memberikan pelayanan yang memuaskan kepada konsumen, karena indikator penjualan tidak hanya kualitas tetapi ada nama merek, pelayanan, promosi dan saluran distribusi. kemudian untuk peneliti masa depan disarankan untuk mendapatkan bahan referensi yang lebih relevan untuk penelitian mereka.

## DAFTAR PUSTAKA

- Sarwono, Jonathan. 2006 *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif*, Cetakan Pertama, Yogyakarta: Graha ilmu.
- Burgin, Burhan. (2007). *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Widodo, E., Mukthar (2000) *Kontruksi ke Arah Penelitian Deskriptif*. Yogyakarta:Avyrouz
- Sugiono, 2010 *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif Kualitatif dan R & d*. Bandung: ALFABETA
- Swastha, Basu. 2001 *Management Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Liberty. Yogyakarta.
- Tambajong, Gerald. 2013. *Bauran Pemasaran Pengaruhnya Terhadap Penjualan Sepeda Motor Yamaha Di PT. Sarana Niaga Megah Kerta Manado*, Jurnal EMBA, Vol.1 No.3 September 2013, Hal. 1291-1301
- Staton, Wiliam J. 2005 *Prinsip Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Tjiptono, Fandy. 1997. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset