

ANALISIS BUDAYA KERJA DAN FOKUS PELANGGAN DALAM MENINGKATKAN KUALITAS PRODUK CV DIGITAL PRINTING

(Analysis of Work Culture and Customer Focus in Improving Product Quality at CV Digital Printing)

Imas Komariyah¹, Resty Ismawanti²

¹Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Miftahul Huda, ²Universitas Sangga Buana

✉ Penulis korespondensi: komariyahimas26@gmail.com

ABSTRACT

This study is motivated by the importance of improving product quality as a key factor in maintaining a company's competitiveness in the digital printing industry. One of the main determinants of product quality improvement lies in the work culture and customer focus implemented within the organization. CV Digital Printing, as a company engaged in printing services, must ensure that both aspects function effectively to produce products that meet customer needs and expectations. However, based on preliminary observations, inconsistencies were found in the implementation of work culture, as well as suboptimal long-term relationships with customers, which affect the quality of production outcomes. The research problems formulated in this study are: (1) How are the work culture, customer focus, and product quality at CV Digital Printing? (2) To what extent do work culture and customer focus partially and simultaneously influence product quality? The research method used is quantitative with an associative-verification approach. Data were collected through questionnaires distributed to employees of CV Digital Printing and analyzed using path analysis with the help of SPSS version 26. Validity, reliability, and normality tests were conducted to ensure the accuracy and feasibility of the research model. The results of the study show that, descriptively, work culture, customer focus, and product quality are categorized as fairly good, indicating room for improvement. Verificatively, work culture and customer focus have a positive and significant effect on product quality, both partially and simultaneously. The combination of a conducive work culture and strong customer focus creates a positive synergy that contributes to the improvement of product quality and the company's competitiveness.

Keywords: *Work Culture, Customer Focus, Product Quality, Path Analysis, CV Digital Printing.*

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya peningkatan kualitas produk sebagai faktor utama dalam menjaga daya saing perusahaan di industri percetakan digital. Salah satu kunci keberhasilan peningkatan kualitas produk terletak pada budaya kerja dan fokus pelanggan yang diterapkan dalam organisasi. CV Digital Printing sebagai perusahaan yang bergerak di bidang jasa percetakan perlu memastikan bahwa kedua aspek tersebut berjalan efektif agar mampu menghasilkan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan. Namun, berdasarkan observasi awal, masih ditemukan adanya ketidakkonsistenan dalam pelaksanaan budaya kerja serta belum optimalnya hubungan jangka panjang dengan pelanggan, yang berdampak pada mutu hasil produksi. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: (1) Bagaimana budaya kerja, fokus pelanggan, dan kualitas produk pada CV Digital Printing, (2) Seberapa besar pengaruh budaya kerja dan fokus pelanggan secara parsial dan simultan terhadap kualitas produk. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif-verifikatif. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada karyawan CV Digital Printing, kemudian dianalisis menggunakan analisis jalur (*path analysis*) dengan bantuan program SPSS versi 26. Uji validitas, reliabilitas, serta uji normalitas dilakukan untuk

memastikan keakuratan dan kelayakan model penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara deskriptif, budaya kerja, fokus pelanggan, dan kualitas produk berada pada kategori cukup baik, yang berarti masih terdapat ruang untuk perbaikan. Secara verifikatif, budaya kerja dan fokus pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas produk, baik secara parsial maupun simultan. Kombinasi antara budaya kerja yang kondusif dan fokus pelanggan yang kuat membentuk sinergi positif yang berkontribusi terhadap peningkatan mutu produk serta daya saing perusahaan.

Kata Kunci: Budaya Kerja, Fokus Pelanggan, Kualitas Produk, Analisis Jalur, CV Digital Printing.

PENDAHULUAN

Dalam era persaingan bisnis yang semakin ketat, terutama di sektor industri kreatif seperti *digital printing*, perusahaan dituntut untuk mampu menghasilkan produk dengan kualitas tinggi yang sesuai dengan harapan pelanggan. Kualitas produk menjadi salah satu faktor utama yang menentukan keberlangsungan dan daya saing perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan perlu memperhatikan faktor-faktor internal maupun eksternal yang memengaruhi kualitas produk, salah satunya adalah budaya kerja dan fokus pelanggan.

Budaya kerja merupakan nilai, keyakinan, dan kebiasaan yang dianut bersama oleh seluruh anggota organisasi yang tercermin dalam perilaku kerja sehari-hari. Menurut Robbins dan Judge (2022:45), budaya kerja yang kuat mampu membentuk perilaku positif karyawan dalam melaksanakan tugasnya sehingga mendorong peningkatan kinerja dan kualitas hasil kerja. Budaya kerja yang disiplin, bertanggung jawab, inovatif, dan kolaboratif dapat menciptakan suasana kerja yang produktif dan kondusif untuk menghasilkan produk berkualitas tinggi.

Selain budaya kerja, fokus pelanggan juga memegang peranan penting dalam menentukan kualitas produk. Fokus pelanggan (*customer focus*) merupakan orientasi perusahaan terhadap pemahaman kebutuhan dan keinginan pelanggan serta komitmen untuk memenuhinya secara konsisten. Menurut Kotler dan Keller (2021:103), organisasi yang berfokus pada pelanggan akan terus berupaya meningkatkan nilai produk dan layanan agar mampu memberikan kepuasan maksimal kepada pelanggan.

Dalam konteks CV Digital Printing, kedua faktor tersebut sangat relevan. Perusahaan ini bergerak di bidang jasa percetakan digital yang sangat bergantung pada kreativitas, ketelitian, dan ketepatan waktu produksi. Namun, dalam praktiknya, masih ditemukan beberapa kendala seperti ketidaksesuaian hasil cetak dengan permintaan pelanggan, keterlambatan proses produksi, serta komunikasi yang kurang efektif antara tim produksi dan pelanggan. Permasalahan tersebut menunjukkan adanya indikasi bahwa budaya kerja dan fokus pelanggan perlu diperkuat agar kualitas produk dapat meningkat secara berkelanjutan.

Untuk memperkuat dasar empiris penelitian, peneliti melakukan pra-survei terhadap 15 responden yang terdiri dari karyawan dan pelanggan CV Digital Printing. Hasil pra-survei menunjukkan bahwa budaya kerja berada pada kategori cukup baik dengan skor rata-rata 3,25, fokus pelanggan pada kategori cukup baik dengan skor rata-rata 3,30, dan kualitas produk juga dinilai cukup baik dengan skor rata-rata 3,28 pada skala 1–5. Hasil ini mengindikasikan bahwa meskipun persepsi terhadap masing-masing variabel sudah berada pada tingkat yang cukup baik, namun belum mencapai kondisi yang optimal. Dengan demikian, diperlukan penelitian lebih lanjut untuk memahami secara

lebih mendalam bagaimana budaya kerja dan fokus pelanggan dapat berkontribusi dalam meningkatkan kualitas produk pada CV Digital Printing.

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa budaya kerja berpengaruh positif terhadap kualitas produk dan kinerja organisasi (Sari & Hidayat, 2022; Wulandari, 2023). Sementara itu, fokus pelanggan terbukti mampu meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan (Putra & Santoso, 2021). Namun, hasil pra-survei menunjukkan bahwa implementasi kedua faktor tersebut pada CV Digital Printing masih belum optimal. Dengan demikian, penting untuk meneliti secara empiris bagaimana pengaruh budaya kerja dan fokus pelanggan terhadap kualitas produk, khususnya pada perusahaan di bidang *digital printing* yang memiliki karakteristik dinamis dan berbasis pesanan (*custom order*). Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: Bagaimana budaya, fokus pelanggan dan kualitas produk CV Digital Printing; Seberapa besar pengaruh budaya kerja dan fokus pelanggan secara parsial dan simultan terhadap kualitas produk CV Digital Printing.

Kajian Pustaka

Budaya kerja merupakan seperangkat nilai, norma, keyakinan, dan kebiasaan yang menjadi pedoman perilaku bagi seluruh anggota organisasi dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya. Robbins dan Judge (2022:45), budaya kerja adalah sistem makna bersama yang dianut oleh anggota organisasi yang membedakan organisasi tersebut dari organisasi lain. Budaya ini mencerminkan nilai-nilai yang menuntun perilaku kerja individu dalam mencapai tujuan bersama. Sedarmayanti (2021:64), budaya kerja sebagai cara berpikir dan bertindak yang menjadi kebiasaan dalam bekerja yang didasari oleh nilai-nilai organisasi untuk mencapai produktivitas dan efisiensi kerja. Mangkunegara (2020:112), budaya kerja merupakan kebiasaan kerja yang terbentuk dari nilai-nilai organisasi dan menjadi karakter khas dalam pelaksanaan tugas. Fokus pelanggan (*customer focus*) adalah orientasi organisasi untuk memahami dan memenuhi kebutuhan serta harapan pelanggan secara konsisten. Menurut Kotler dan Keller (2021:103), fokus pelanggan merupakan strategi perusahaan untuk mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan pelanggan agar tercapai kepuasan dan loyalitas yang berkelanjutan. Tjiptono (2020:61) menyatakan bahwa fokus pelanggan adalah komitmen organisasi dalam memberikan perhatian penuh terhadap kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan melalui penciptaan nilai dan pengalaman pelanggan yang unggul. Zeithaml, Bitner, dan Gremler (2022:95) menjelaskan bahwa fokus pelanggan mencakup kemampuan perusahaan untuk membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan melalui pemahaman preferensi dan penyediaan solusi yang relevan.

Kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk untuk memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Menurut Kotler dan Keller (2021:147), kualitas produk adalah keseluruhan karakteristik dan atribut suatu produk yang memengaruhi kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan. Garvin (2020:55) menjelaskan bahwa kualitas produk mencakup delapan dimensi yang menggambarkan seberapa baik suatu produk dalam memenuhi spesifikasi dan harapan pengguna. Sedangkan Tjiptono (2020:123) menyatakan bahwa kualitas produk adalah tingkat keunggulan produk dalam hal desain, keandalan, daya tahan, dan kesesuaian dengan standar yang telah ditetapkan. Secara konseptual, budaya kerja dan fokus pelanggan berperan sebagai faktor internal dan eksternal yang saling memengaruhi dalam upaya meningkatkan kualitas produk. Budaya kerja yang kuat membentuk perilaku kerja yang disiplin, teliti, dan bertanggung

jawab sehingga berdampak positif terhadap hasil kerja dan produk yang dihasilkan. Di sisi lain, fokus pelanggan membantu organisasi untuk memahami dan menyesuaikan produk dengan kebutuhan serta ekspektasi pelanggan, yang pada akhirnya meningkatkan persepsi kualitas produk di mata konsumen.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif, yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh budaya kerja dan fokus pelanggan terhadap kualitas produk pada CV Digital Printing. Pendekatan ini dipilih karena penelitian melibatkan pengolahan data numerik secara statistik untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Data yang digunakan meliputi data primer dan data sekunder yang berasal dari dokumen perusahaan, laporan kinerja, dan literatur ilmiah terkait. Pengumpulan data dilakukan melalui dua metode, yaitu kuesioner dan observasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis jalur (*path analysis*) dengan jumlah sampel 40 karyawan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Uji Instrumen

Hasil pengujian instrumen penelitian menunjukkan bahwa seluruh indikator pada variabel budaya kerja, fokus pelanggan, dan kualitas produk dinyatakan **valid**, karena memiliki nilai korelasi item-total lebih besar dari 0,300. Selanjutnya, hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa masing-masing variabel memiliki nilai **Cronbach's Alpha di atas 0,700**, yang berarti seluruh instrumen penelitian memiliki tingkat konsistensi internal yang baik dan reliabel. Sementara itu, hasil uji normalitas menunjukkan bahwa data ketiga variabel memiliki nilai signifikansi (*p*) lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

2. Analisis Deskriptif

Budaya Kerja (X_1), dengan dimensi Inovasi dan Keberanian Mengambil Risiko (*Innovation and Risk Taking*), Perhatian terhadap Detail (*Attention to Detail*), Orientasi Hasil (*Outcome Orientation*), Orientasi Orang (*People Orientation*), Orientasi Tim (*Team Orientation*), Kestabilan (*Stability*), Robbins dan Judge (2022:47), Berikut ini adalah rekapitulasi dari 20 pernyataan yang diajukan untuk mengukur budaya kerja, sebagai berikut:

Tabel 1
Rekapitulasi Responden Tentang Budaya Kerja

No	Dimensi	Jumlah Pernyataan	Rata-rata	Kriteria
1	Inovasi dan Keberanian Mengambil Risiko	4	3,42	Baik
2	Perhatian terhadap Detail	4	3,36	Cukup Baik
3	Orientasi Hasil	3	3,48	Baik
4	Orientasi Orang	3	3,25	Cukup Baik
5	Orientasi Tim	3	3,39	Cukup Baik
6	Kestabilan	3	3,29	Cukup Baik

Manajemen dan Pariwisata

ISSN 2829-5692 (Print), ISSN 2964-3961 (Electronic)
Volume 4 Nomor 2, Oktober 2025

No	Dimensi	Jumlah Pernyataan	Rata-rata	Kriteria
Total Rata-rata		20	3,36	Cukup Baik

Sumber: Data diolah peneliti 2025

Berdasarkan hasil rekapitulasi responden pada Tabel 1, diketahui bahwa budaya kerja secara keseluruhan memperoleh nilai rata-rata sebesar 3,36 yang termasuk dalam kategori “Cukup Baik.” Hal ini menunjukkan bahwa pelaksanaan budaya kerja di organisasi sudah berjalan dengan cukup baik, meskipun masih terdapat beberapa aspek yang perlu ditingkatkan agar mencapai kategori “Baik” atau “Sangat Baik.”

Fokus pelanggan (X_2) dapat diukur melalui beberapa dimensi berikut: Pemahaman Kebutuhan Pelanggan (*Understanding Customer Needs*), Komunikasi dengan Pelanggan (*Customer Communication*), Respon terhadap Pelanggan (*Customer Responsiveness*), Kepuasan Pelanggan (*Customer Satisfaction Orientation*) dan Hubungan Jangka Panjang (*Customer Relationship*). Berikut ini adalah rekapitulasi dari 15 pernyataan yang diajukan untuk mengukur budaya kerja, sebagai berikut:

Tabel 2
Rekapitulasi Responden Tentang Fokus Pelanggan

No	Dimensi	Jumlah Pernyataan	Rata-rata	Kriteria
1	Pemahaman Kebutuhan Pelanggan	3	3,38	Cukup Baik
2	Komunikasi dengan Pelanggan	3	3,35	Cukup Baik
3	Respon terhadap Pelanggan	3	3,32	Cukup Baik
4	Kepuasan Pelanggan	3	3,28	Cukup Baik
5	Hubungan Jangka Panjang	3	3,18	Cukup Baik
Total Rata-rata		15	3,30	Cukup Baik

Sumber: Data diolah peneliti 2025

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa **total rata-rata sebesar 3,30** termasuk dalam kategori “**Cukup Baik.**” Hal ini menunjukkan bahwa pelaksanaan fokus pelanggan di organisasi sudah berjalan cukup baik, namun masih memerlukan peningkatan agar dapat mencapai tingkat kepuasan pelanggan yang lebih optimal.

Kualitas produk (Y) dapat diukur melalui delapan dimensi utama: *Performance* (Kinerja), *Features* (Fitur), *Reliability* (Keandalan), *Conformance* (Kesesuaian dengan Spesifikasi), *Durability* (Daya Tahan), *Serviceability* (Kemudahan Perbaikan), *Aesthetics* (Estetika) dan *Perceived Quality* (Kualitas yang Dirasakan), Garvin (2020). Berikut ini adalah rekapitulasi dari 21 pernyataan yang diajukan untuk mengukur kualitas produk, sebagai berikut:

Tabel 3
Rekapitulasi Responden Tentang Kualitas Produk

No	Dimensi	Jumlah Pernyataan	Rata-rata	Kriteria
1	Performance (Kinerja)	3	3,41	Baik
2	Features (Fitur)	3	3,36	Cukup Baik

No	Dimensi	Jumlah Pernyataan	Rata-rata	Kriteria
3	Reliability (Keandalan)	3	3,30	Cukup Baik
4	Conformance (Kesesuaian dengan Spesifikasi)	3	3,27	Cukup Baik
5	Durability (Daya Tahan)	3	3,29	Cukup Baik
6	Serviceability (Kemudahan Perbaikan)	2	3,21	Cukup Baik
7	Aesthetics (Estetika)	2	3,32	Cukup Baik
8	Perceived Quality (Kualitas yang Dirasakan)	2	3,27	Cukup Baik
Total Rata-rata		21	3,30	Cukup Baik

Sumber: Data diolah peneliti 2025

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh total rata-rata sebesar 3,30 yang termasuk dalam kategori “Cukup Baik.” Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk yang dihasilkan oleh organisasi sudah cukup memenuhi standar yang diharapkan, namun masih memerlukan peningkatan di beberapa aspek agar mencapai tingkat kualitas yang lebih optimal.

3. Analisis Verifikatif

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS 26 diperoleh besaran koefisien jalur seperti yang dijelaskan pada tabel di bawah ini:

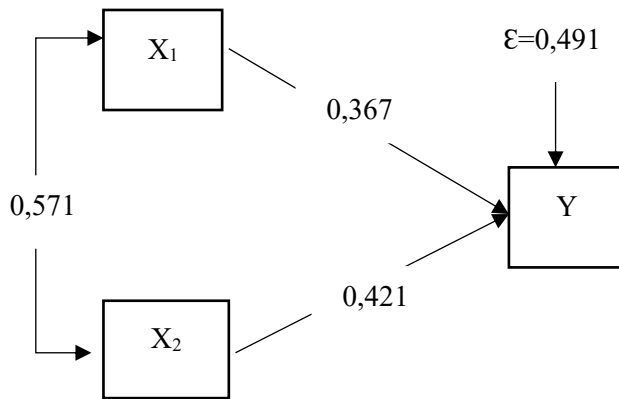
Tabel 4
Pengaruh Budaya Kerja (X₁) Dan Fokus Pelanggan (X₂) Terhadap Kualitas Produk (Y)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12,584	5,347		2,353	0,024
	Budaya Kerja	0,428	0,119	0,367	3,597	0,001
	Fokus Pelanggan	0,496	0,128	0,421	3,875	0,000

a. Dependent Variable: Kualitas Produk

Sumber : Data Hasil pengolahan melalui Software SPSS. 26

Tabel di atas menggambarkan hasil perhitungan jalur, bahwa variabel X₁ mempunyai koefisien jalur sebesar 0,367 dan variabel X₂ mempunyai koefisien jalur sebesar 0,421, dapat dijelaskan pada gambar di bawah ini:



Gambar 1
Pengaruh Budaya Kerja (X₁) Dan Fokus Pelanggan (X₂) Terhadap Kualitas Produk (Y)

Tabel 5
Pengaruh Budaya Kerja (X₁) Dan Fokus Pelanggan (X₂) Secara Simultan Terhadap Kualitas Produk (Y)

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
0,720a	0,519	0,492	3,21784	0,519	19,968	2	37	0,000

Dalam perhitungan nilai korelasi dan koefisien jalur yang telah dilakukan, maka dapat diketahui besarnya pengaruh langsung maupun tidak langsung budaya kerja dan fokus pelanggan terhadap kualitas produk. Adapun hasil perhitungan adalah sebagai berikut:

Tabel 6
Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Budaya Kerja (X₁) Dan Fokus Pelanggan (X₂) Terhadap Kualitas Produk (Y)

Variabel	Pengaruh Langsung	Pengaruh Tidak Langsung		Total Pengaruh Tidak Langsung	Total Pengaruh
		X ₁	X ₂		
Budaya Kerja (X ₁)	13,47%		10,37%	10,37%	23,84%
Fokus Pelanggan (X ₂)	17,72%	10,37%		10,37%	28,09%
Total	31,19%	10,37%	10,37%	20,73%	51,93%

Sumber: Diolah Peneliti 2025

4. Uji Hipotesis

Hipotesis akan diuji sesuai dengan paradigma yang mencerminkan hipotesis tersebut, yaitu pengaruh budaya kerja (X₁) dan fokus pelanggan (X₂) terhadap kualitas

produk (Y). Kriteria uji tolak H_0 , jika t hitung lebih besar dari t tabel atau $t_0 > \text{tabel}$ dengan derajat kebebasan = $40 - 2$

Tabel 7
Pengujian Parsial Variabel Budaya Kerja (X₁) dan Fokus Pelanggan (X₂) Terhadap Kualitas Produk (Y)

Struktural	Koefisien Jalur	t hitung	t tabel	Kesimpulan
ρ_{yX_1}	0,367	3,597	1,68	H_0 ditolak, Terdapat pengaruh positif dan signifikan budaya kerja terhadap kualitas produk
ρ_{yX_2}	0,421	3,875	1,68	H_0 ditolak, Terdapat pengaruh positif dan signifikan fokus pelanggan terhadap kualitas produk

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 26

Untuk koefisien jalur X_1 terhadap $Y = 0,367$ diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 3,597 dengan mengambil taraf signifikansi α sebesar 5%, maka nilai t_{tabel} atau $t_{0,05,40} = 1,68$, sehingga dikarenakan $t_{\text{hitung}} = 3,597$ lebih besar dari $t_{\text{tabel}} = 1,68$, maka H_0 ditolak atau dengan kata lain terdapat pengaruh positif dan signifikan budaya kerja (X_1) terhadap kualitas produk (Y). Sedangkan Untuk koefisien jalur X_2 terhadap $Y = 0,461$ diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 3,875 dengan mengambil taraf signifikansi α sebesar 5%, maka nilai t_{tabel} atau $t_{0,05,40} = 1,68$, sehingga dikarenakan $t_{\text{hitung}} = 3,875$ lebih besar dari $t_{\text{tabel}} = 1,68$, maka H_0 ditolak atau dengan kata lain terdapat pengaruh positif dan signifikan fokus pelanggan (X_2) terhadap kualitas produk (Y).

Tabel 8
Pengujian Simultan Variabel Budaya Kerja (X₁) dan Fokus Pelanggan (X₂) Terhadap Kualitas Produk (Y)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	625,214	2	312,607	0,00
	Residual	579,286	37	15,665	
	Total	1204,500	39		

Berdasarkan hasil uji F diperoleh nilai $F_{\text{hitung}} = 15,665$ dengan $\text{Sig.} = 0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa budaya kerja dan fokus pelanggan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kualitas produk pada CV Digital Printing.

Pembahasan

1. Pembahasan Deskriptif

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa budaya kerja, fokus pelanggan, dan kualitas produk pada CV Digital Printing berada pada kategori cukup baik, yang berarti

masih terdapat ruang untuk peningkatan dalam pelaksanaan dan penerapannya di lapangan.

Berdasarkan hasil rekapitulasi, budaya kerja memperoleh nilai rata-rata 3,36 (cukup baik). Dimensi dengan nilai tertinggi adalah *orientasi hasil* (3,48), menunjukkan bahwa sebagian besar karyawan memiliki orientasi pada pencapaian target dan hasil kerja yang optimal. Namun, dimensi *orientasi orang* (3,25) dan *kestabilan* (3,29) memiliki nilai terendah, yang menandakan masih perlunya peningkatan dalam aspek hubungan antarkaryawan serta konsistensi kerja. Temuan ini sejalan dengan penelitian Sari & Hidayat (2022) yang menyatakan bahwa budaya kerja yang kuat mampu menciptakan disiplin, tanggung jawab, dan kerja sama yang baik, sehingga berpengaruh positif terhadap produktivitas dan kualitas hasil kerja. Robbins dan Judge (2022) juga menegaskan bahwa budaya kerja yang efektif berperan sebagai sistem nilai yang menuntun perilaku karyawan dalam menjalankan tugas, meningkatkan efisiensi serta kualitas produk yang dihasilkan.

Hasil analisis menunjukkan bahwa fokus pelanggan memperoleh nilai rata-rata 3,30 (cukup baik). Nilai tertinggi terdapat pada dimensi *pemahaman kebutuhan pelanggan* (3,38), menunjukkan bahwa perusahaan telah berupaya memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan. Namun, dimensi *hubungan jangka panjang* (3,18) memiliki nilai terendah, yang mengindikasikan perlunya peningkatan strategi retensi pelanggan dan pelayanan pascapenjualan. Hasil ini mendukung pendapat Kotler dan Keller (2021) yang menyatakan bahwa fokus pelanggan merupakan fondasi utama dalam membangun loyalitas dan kualitas produk yang sesuai harapan konsumen. Demikian pula, Putra & Santoso (2021) menemukan bahwa semakin tinggi tingkat orientasi pelanggan, semakin besar pula kemampuan perusahaan dalam menyesuaikan produk dan layanan dengan kebutuhan pasar.

Kualitas produk memperoleh nilai rata-rata 3,30 (cukup baik). Dimensi dengan nilai tertinggi adalah *performance (kinerja) sebesar* 3,41, menunjukkan bahwa produk digital printing dinilai memiliki fungsi dan hasil yang cukup memuaskan. Namun, beberapa dimensi seperti *serviceability* (3,21) dan *conformance* (3,27) masih perlu ditingkatkan, terutama terkait ketepatan hasil cetak dan kemudahan perbaikan jika terjadi kesalahan produksi. Hasil ini sejalan dengan pandangan Garvin (2020) bahwa kualitas produk tidak hanya diukur dari kinerja dan keandalan, tetapi juga dari kesesuaian dengan spesifikasi dan persepsi pelanggan terhadap nilai produk tersebut. Temuan ini juga diperkuat oleh penelitian Wulandari (2023) yang menyatakan bahwa perusahaan dengan budaya kerja yang baik dan fokus pelanggan tinggi cenderung menghasilkan produk dengan kualitas yang lebih unggul dan konsisten.

Secara umum, hasil penelitian menunjukkan bahwa budaya kerja dan fokus pelanggan pada CV Digital Printing telah berjalan cukup baik, namun belum optimal dalam mendukung peningkatan kualitas produk. Perusahaan perlu memperkuat komunikasi dan koordinasi antar tim, meningkatkan kepedulian terhadap pelanggan, serta memastikan standar kualitas yang konsisten agar dapat bersaing secara berkelanjutan di industri percetakan digital.

2. Pembahasan Secara Verifikatif

Berdasarkan hasil analisis jalur (path analysis), dapat dijelaskan bahwa variabel Budaya Kerja (X_1) dan Fokus Pelanggan (X_2) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kualitas Produk (Y), baik secara parsial maupun simultan.

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa koefisien jalur budaya kerja (X_1) sebesar 0,367 dengan nilai t hitung $3,597 > t$ tabel 1,68 dan Sig. $0,001 < 0,05$, yang berarti budaya kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas produk. Artinya, semakin baik budaya kerja yang diterapkan oleh karyawan, semakin meningkat pula kualitas produk yang dihasilkan. Lingkungan kerja yang mendukung inovasi, kolaborasi, dan orientasi pada hasil akan mendorong karyawan menghasilkan produk berkualitas tinggi. Temuan ini sejalan dengan pendapat Robbins dan Judge (2022:47) yang menyatakan bahwa budaya kerja yang kuat dapat membentuk perilaku, sikap, dan nilai karyawan untuk mencapai standar kinerja yang diharapkan organisasi. Selain itu, Denison (2021) juga menjelaskan bahwa budaya kerja berfungsi sebagai sistem nilai yang membentuk keunggulan organisasi melalui peningkatan mutu proses dan hasil kerja. Penelitian yang dilakukan oleh Setiawan & Rahmawati (2022) juga menemukan bahwa budaya kerja yang adaptif dan inovatif memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan kualitas produk pada perusahaan manufaktur di Jawa Barat. Hal ini menegaskan bahwa pembentukan budaya kerja positif merupakan faktor penting dalam menjaga mutu dan daya saing produk.

Hasil analisis menunjukkan bahwa koefisien jalur fokus pelanggan (X_2) sebesar 0,421 dengan t hitung $3,875 > t$ tabel 1,68 dan Sig. $0,000 < 0,05$, sehingga fokus pelanggan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas produk. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi perhatian perusahaan terhadap kebutuhan dan kepuasan pelanggan, maka semakin baik pula kualitas produk yang dihasilkan. Pemahaman terhadap preferensi pelanggan mendorong perusahaan untuk terus melakukan inovasi dan peningkatan mutu. Temuan ini didukung oleh Kotler dan Keller (2022:58) yang menyatakan bahwa orientasi pada pelanggan (customer focus) merupakan inti dari strategi pemasaran modern, di mana perusahaan harus memahami kebutuhan pelanggan untuk menghasilkan produk yang bernilai tinggi. Selain itu, penelitian oleh Putra & Astuti (2023) menunjukkan bahwa fokus pelanggan memiliki pengaruh signifikan terhadap kualitas produk di sektor industri kreatif, karena keterlibatan pelanggan dalam memberikan masukan dapat meningkatkan kesesuaian produk dengan keinginan pasar.

Berdasarkan hasil uji simultan (uji F), diperoleh F hitung sebesar 15,665 dengan Sig. $0,000 < 0,05$, dan nilai R Square sebesar 0,519. Hal ini menunjukkan bahwa budaya kerja dan fokus pelanggan secara bersama-sama berkontribusi sebesar 51,9% terhadap peningkatan kualitas produk, sedangkan sisanya 48,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti, seperti teknologi, keterampilan, atau sistem pengendalian mutu. Hasil ini menggambarkan bahwa kombinasi antara budaya kerja yang kondusif dan fokus pelanggan yang kuat merupakan faktor utama dalam meningkatkan kualitas produk perusahaan. Kedua variabel ini saling mendukung: budaya kerja yang baik mendorong karyawan lebih responsif terhadap kebutuhan pelanggan, sedangkan orientasi pelanggan memberi arah bagi peningkatan mutu yang dihasilkan. Menurut Garvin (2020), kualitas produk adalah hasil dari sinergi antara proses internal yang efisien dan pemahaman mendalam terhadap pelanggan. Demikian pula Tjiptono & Diana (2023) menegaskan bahwa perusahaan yang berorientasi pada pelanggan dan memiliki budaya kerja inovatif cenderung memiliki keunggulan dalam kualitas produk serta daya saing pasar.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis deskriptif dan verifikatif variabel budaya kerja, fokus pelanggan, dan kualitas produk pada CV Digital Printing, dapat disimpulkan, sebagai berikut:

Budaya kerja pada CV Digital Printing menunjukkan bahwa para karyawan telah memiliki orientasi terhadap hasil kerja dan produktivitas yang baik. Namun, aspek yang berkaitan dengan hubungan antarkaryawan dan kestabilan organisasi masih perlu diperkuat agar tercipta lingkungan kerja yang lebih harmonis, solid, dan konsisten. Hal ini menandakan bahwa budaya kerja sudah terbentuk dengan cukup baik, tetapi perlu ditingkatkan dalam hal kerja sama, komunikasi, dan kedisiplinan tim.

Fokus pelanggan juga berada pada kategori cukup baik, menunjukkan bahwa perusahaan telah berupaya memahami kebutuhan dan harapan pelanggan. Meskipun demikian, hubungan jangka panjang dengan pelanggan masih belum maksimal, sehingga perusahaan perlu memperkuat strategi pelayanan purna jual, komunikasi yang lebih terbuka, serta upaya mempertahankan loyalitas pelanggan. Dengan meningkatkan kepedulian terhadap kepuasan dan retensi pelanggan, perusahaan dapat memperkuat kepercayaan serta daya saing di pasar.

Kualitas produk secara keseluruhan juga berada pada kategori cukup baik. Produk yang dihasilkan telah memenuhi fungsi dan kinerja yang diharapkan pelanggan, meskipun masih diperlukan perbaikan dalam hal ketepatan hasil, kesesuaian dengan standar, dan kecepatan pelayanan apabila terjadi kesalahan produksi. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk yang baik tidak hanya bergantung pada teknologi dan bahan, tetapi juga pada komitmen budaya kerja dan orientasi pelanggan yang kuat.

Budaya kerja yang baik menciptakan lingkungan kerja yang mendukung inovasi, kolaborasi, dan tanggung jawab terhadap hasil kerja. Karyawan yang memiliki nilai kerja yang kuat dan sejalan dengan tujuan perusahaan akan lebih termotivasi untuk menghasilkan produk yang bermutu tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa budaya kerja berperan penting dalam membentuk perilaku dan etos kerja yang berorientasi pada kualitas.

Sementara itu, fokus pelanggan terbukti menjadi faktor penting dalam peningkatan kualitas produk. Perusahaan yang berorientasi pada pelanggan akan lebih memahami kebutuhan, harapan, dan preferensi konsumen. Dengan demikian, setiap proses produksi dan inovasi yang dilakukan lebih terarah untuk memenuhi kepuasan pelanggan. Orientasi terhadap pelanggan mendorong perusahaan untuk terus beradaptasi dan meningkatkan mutu produk agar tetap kompetitif di pasar.

Secara simultan, budaya kerja yang kuat dan fokus pelanggan yang tinggi membentuk sinergi positif dalam peningkatan kualitas produk. Budaya kerja yang baik menumbuhkan kedisiplinan dan komitmen terhadap standar mutu, sementara fokus pelanggan memberikan arah yang jelas dalam menghasilkan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pasar. Kombinasi keduanya menjadi fondasi penting bagi perusahaan untuk mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

Rekomendasi

CV Digital Printing perlu meningkatkan kerja sama, komunikasi, dan kedisiplinan antar karyawan untuk menciptakan lingkungan kerja yang lebih harmonis, solid, dan konsisten.

Perusahaan disarankan memperkuat strategi pelayanan purna jual, menjaga komunikasi terbuka, dan meningkatkan program retensi pelanggan guna membangun hubungan jangka panjang serta kepercayaan pelanggan.

Perlu dilakukan evaluasi rutin terhadap proses produksi agar hasil lebih tepat, sesuai standar, dan pelayanan lebih cepat. Peningkatan mutu produk harus didukung oleh budaya kerja yang disiplin dan berorientasi pada pelanggan.

Perusahaan perlu menumbuhkan kolaborasi dan tanggung jawab bersama melalui pelatihan dan komunikasi internal yang efektif agar tercipta etos kerja yang berorientasi pada kualitas.

CV Digital Printing disarankan terus memahami kebutuhan dan preferensi pelanggan serta melakukan inovasi berkelanjutan guna meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Perusahaan perlu menjaga keseimbangan antara budaya kerja yang disiplin dan orientasi pelanggan yang kuat agar tercipta produk berkualitas tinggi serta daya saing yang berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Denison, D. R. (2021). *Corporate Culture and Organizational Effectiveness*. New York: John Wiley & Sons.
- Garvin, D. A. (2020). *Managing Quality: The Strategic and Competitive Edge*. New York: Free Press.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing Management* (17th ed.). Pearson Education Limited.
- Mangkunegara, A. P. (2020). *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Putra, I. G. A., & Astuti, D. (2023). Pengaruh Fokus Pelanggan terhadap Kualitas Produk di Industri Kreatif. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Kreatif*, 5(1), 45–58.
- Putra, I. G. A., & Santoso, B. (2021). Pengaruh Fokus Pelanggan dan Inovasi Produk terhadap Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 23(2), 145–156.
- Putra, I. G. A., & Santoso, B. (2021). Pengaruh Fokus Pelanggan dan Inovasi Produk terhadap Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 23(2), 145–156.
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2022). *Organizational Behavior* (18th ed.). New Jersey: Pearson Education Inc.
- Sari, D. P., & Hidayat, R. (2022). Pengaruh Budaya Organisasi terhadap Kinerja dan Kualitas Produk. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Terapan*, 10(1), 35–47.
- Sedarmayanti. (2021). *Manajemen Sumber Daya Manusia: Reformasi Birokrasi dan Manajemen Pegawai Negeri Sipil*. Bandung: Refika Aditama.
- Setiawan, A., & Rahmawati, D. (2022). Pengaruh Budaya Kerja terhadap Kualitas Produk pada Perusahaan Manufaktur di Jawa Barat. *Jurnal Manajemen dan Inovasi Industri*, 8(3), 112–125.
- Tjiptono, F. (2020). *Strategi Pemasaran* (5th ed.). Yogyakarta: Andi Offset.

Manajemen dan Pariwisata

ISSN 2829-5692 (Print), ISSN 2964-3961 (Electronic)
Volume 4 Nomor 2, Oktober 2025

- Tjiptono, F., & Diana, A. (2023). *Total Quality Management dan Kepuasan Pelanggan*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wulandari, N. (2023). Pengaruh Budaya Kerja dan Motivasi terhadap Kinerja Karyawan serta Dampaknya pada Kualitas Produk. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 12(3), 210–225.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2022). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (8th ed.). New York: McGraw-Hill Education.