

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Teknologi cetak berkembang terus dengan perkembangan waktu. Teknologi cetak yang diketahui dan digunakan oleh sebagian orang sebelum zaman milenium dengan sebutan teknologi cetak konvensional, dalam cetak konvensional proses pengerjaannya melalui tahapan yang masih manual dan masih menggunakan mesin. Setelah mengalami perkembangan dalam teknologi cetak menjadikan teknik cetak yang lebih mudah, cepat, dan canggih. Teknologi ini ada sejalan dengan perkembangan teknologi informasi pada masa kini. Teknik teknologi cetak tersebut disebut dengan *Digital Printing*.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia industri adalah suatu kegiatan memproses atau mengelolah barang dengan menggunakan sebuah sarana dan peralatan seperti mesin. Percetakan merupakan sebuah aktifitas kegiatan yang dapat menghasil sebuah produk barang yang berupa media informasi. Media informasi tersebut dapat berbentuk buku, surat kabar, lembaran kertas, dan lain sebagainya, dengan terciptanya teknologi *digital printing* memberikan kesan yang berbeda dalam industri teknologi dibidang percetakan.

Menurut Saharja *et.al.*, (2020) *Digital printing* merupakan teknologi cetak modern yang digunakan untuk menghasilkan gambar digital yang diproses oleh komputer ke dalam permukaan material dengan menggunakan mesin cetak (printer). Dengan adanya teknologi digital printing, berbagai

kebutuhan cetak dapat diselesaikan dengan cepat dan akurat. Menurut Saharja *et.al.*, (2021) *Digital printing* adalah salah satu bentuk dari printing komersial yang memiliki kelebihan kecepatan dalam mencetak lembaran gambar secara langsung melalui komputer yang berbeda dengan percetakan konvensional.

Salah satu industri *digital printing* di Kota Pasuruan adalah CV Global Kreasi Media. CV Global menyediakan jasa iklan luar ruangan, promosi, kampanye publik, tampilan iklan di media cetak, pamphlet, dan brosur. Didirikan sejak tahun 1988 dan mempunyai badan usaha pada tahun 2004. Munculnya pesaing menjadikan CV Global Kreasi Media lebih kreatif dan inovatif dalam memperkenalkan produk jasa. Salah satu cara melalui strategi pemasaran yang kuat yaitu dari perubahan mesin produksi yang digunakan mulai dari sistem tradisional hingga menggunakan mesin berbasis digital yang tersambung dengan internet, serta dilengkapi dengan fasilitas yang modern dan mendukung operasional perusahaan. Usaha dan strategi dalam mempertahankan pangsa pasar tidak mudah sampai menjadi salah satu Industri kreatif di Kota Pasuruan. Salah satu upaya yang dilakukan yaitu penyediaan jasa pengeditan yang dilakukan oleh CV Global Kreasi Media. CV Global Kreasi Media mempunyai produk dan jasa yang fleksibel yang sesuai dengan pangsa pasar yang menjadi targetnya. Kualitas jasa yang diinginkan oleh konsumen dapat diselesaikan sesuai dengan keinginan konsumen.

Bisnis Industri percetakan yang menggunakan *digital printing* terus meningkat seiring dengan kebutuhan para konsumen dan pasar. Produk dari digital printing banyak disukai oleh para pengguna dan pebisnis industri cetak,

hal ini disebabkan oleh proses cetak yang hasilnya sangat sesuai dengan harapan konsumen dan yang diinginkan oleh para konsumen. Konsumen yang menggunakan produk *digital printing* memiliki beberapa alasan mengapa lebih suka memilih teknik cetak digital. Banyaknya pelaku Bisnis digital printing sudah menyebar di berbagai tempat, banyaknya pesaing membuat para pelaku usaha untuk bergerak cepat berupaya untuk melakukan inovasi dan responsive terhadap permasalahan tersebut.

Terdapat permasalahan penggunaan jasa percetakan CV Global Kreasi Media. Permasalahan yang terjadi banyaknya industry yang membuka usaha serupa yang disebabkan kemajuan teknologi dan permintaan pasar yang semakin banyak membuat para pesaing membuka usaha yang sama bergerak dibidang digital printing dengan beberapa perbedaan elemen. Menurut survei dari sebagian orang menyatakan bahwa harga yang diberikan CV Global lebih mahal dari harga pesaing. Dibandingkan kompetitor sejenisnya harga yang diberikan sesuai dengan yang Masyarakat inginkan yaitu murah dan terjangkau. Harga untuk sebuah produk jasa mahal jika hanya digunakan untuk sekali pakai saja contohnya iklan luar ruangan dan brosur. Disisi lain mereka mengatakan bahwa harga yang diberikan CV Global sebanding dengan kualitas produknya. Dari hal tersebut membuat beberapa pelanggan CV Global mengalami naik turun.

Gambar 1

Daftar konsumen CV Global Kreasi Media



Sumber : CV Global Kreasi Media, 2024

Berdasarkan gambar 1 diketahui bahwa terjadi kenaikan dan penurunan dari pengguna jasa CV Global Kreasi Media dari tahun 2023 - 2024. Laporan data pengguna jasa CV Global mengalami penurunan yang signifikan dibulan April 2023 dan Desember 2023. Tampak bahwa Desember 2023 sampai Januari 2024 terjadi kenaikan secara beruntun. Kenaikan tersebut terjadi karna pada bulan januari dan february waktu gencarnya musim pemilu yang meyebabkan para konsumen meggunakan jasa CV Global meningkat, grafik konsumen pada bulan tersebut juga mengalami kenaikan. Dari data tersebut menunjukkan adanya keterkaitan antara musim dengan jumlah konsumen yang datang.

Strategi pemasaran dalam sebuah usaha dibidang jasa sangat diperlukan. Marketing mix merupakan aspek dari keberhasilan suatu usaha, diantaranya *place* dan *promotion*. Beberapa pertimbangan dalam menjalankan usaha di bidang jasa salah satunya yaitu lokasi. Pemilihan lokasi dilakukan dengan

banyak pertimbangan karna lokasi yang strategis merupakan unsur yang akan mempengaruhi keberhasilan sebuah usaha. Pemilihan sebuah lokasi yang baik merupakan salah satu keputusan yang sangat penting. Lokasi berpengaruh sangat penting untuk pelaku para usaha industri. Lokasi juga mempengaruhi pertumbuhan usaha dimasa yang akan datang. Menurut Tjiptono (2015:345), lokasi berpengaruh pada berbagai kegiatan pemasaran yang bertujuan memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari seorang produsen ke konsumen. Lokasi yang tepat menjadikan sebuah usaha jasa mampu dijangkau oleh konsumen dan mampu menarik minat konsumen untuk mendatanginya.

Lokasi CV Global masuk kedalam gang dan tiadak bisa terlihat dari kejauhan membuat konsumen baru merasa kebingungan. Kurangnya pamflet informasi yang menunjukkan secara objektif tentang lokasinya dan visibilitas logo yang tidak terlihat mrmbuat beberapa orang melewatinya begitu saja. Lingkungan yang berdekatan dengan permukiman warga menyebabkan keterbatasan intraksi yang berlebihan. CV Global harus menyiapkan alternatif agar usahanya dapat dikenali dari kejauhan. Terlebih lagi disebelah gang dan dipinggir jalan raya terdapat usaha yang serupa dan bergerak dibidang yang sama menjadi salah satu ancaman baru.

Selain itu ada faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan penggunaan jasa adalah promosi. Promosi digunakan untuk memperkenalkan jasa kita kepada konsumen. Promosi yang efektif dan tepat sasaran mampu meningkatkan sebuah penjualan jasa. Kurangnya media promosi yang

digunakan banyak sebagian orang mengetahui melalui promosi tradisional yang disebut *word of mouth* dimana promosi ini dilakukan dari mulut ke mulut yang mampu mempengaruhi konsumen. *Word of mouth* sebuah faktor yang berasal dari diri seseorang yang dapat mempengaruhi orang lain atau orang yang berada disekitarnya. *Word of mouth* yang dilakukan akan menjadi sebuah sarana promosi karena konsumen akan sukarela menceritakan pengalamannya tanpa mmendapatkan intensif dari perusahaan. *Word of mouth* membentuk kepercayaan konsumen. Jika *word of mouth* yang diterima positif maka akan menciptakan keuntungan begitu pun sebaliknya. Media promosi yang sering digunakan CV Global menggunakan akun bisnis. Media sosial yang kurang dikelola dengan baik dan hanya aktif pada waktu tertentu saja.

Dengan adanya lokasi yang strategis dan adanya pengaruh *word of mouth* yang positif akan menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih jasa tersebut. Keputusan penggunaan jasa ini bisa jadi konsumen akan menunda, mengubah, melanjutkan membeli atau membatalkan. Kotler dan Keller (2016:198) keputusan pembelian adalah sebuah proses tahap evaluasi, konsumen membentuk preferensi di antara beberapa merek merek pilihan yang memungkinkan konsumen untuk membentuk niat membeli merek yang paling disukai.

Permasalahan yang menjadi dasar diangkatnya penelitian ini adalah pengaruh sebuah lokasi didalam suatu usaha dibidang jasa yang menjadi sebuah permasalahan. Dengan adanya pesaing dibidang yang sama dan lokasi yang bersebelahan membuat CV Global Keasi Media harus perlu

memperhatikan lokasi yang digunakan agar konsumen baru bisa tau hanya dengan melihat visibilitas logo yang terlihat kurang jelas. Dengan adanya kepuasan pelanggan terhadap jasa yang diberikan mampu membuat konsumen loyal untuk mempromosikan atau merekomendasikan jasa CV Global kepada orang lain secara gratis melalui *word of mouth*.

Dalam penelitian yang dilakukan dilakukan oleh Hidayat & Koesworoodjati (2022) yaitu ada pengaruh signifikan dan simultan variabel *Word of Mouth* (WOM) dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian. Penelitian yang dilakukan Lusiana (2020) yaitu *Word of Mouth* (WOM) dan Lokasi berpengaruh signifikan dan simultan terhadap Keputusan Pembelian pada warung Gacoan Madiun. Jadi lokasi dan *word of mouth* merupakan salah satu faktor yang dapat berpengaruh terhadap keputusan penggunaan jasa.

Berdasarkan beberapa permasalahan diatas yang sudah dijelaskan, penulis tertarik untuk mengambil judul skripsi “**Pengaruh Lokasi dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Percetaakan CV Global Kreasi Media Pada Masyarakat Kota Pasuruan**”.

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah Lokasi dan *Word Of Mouth* berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan penggunaan jasa CV Global Kreasi Media di Kota Pasuruan?
2. Apakah Lokasi berpengaruh parsial terhadap Keputusan Penggunaan jasa CV Global Kreasi Media di Kota Pasuruan ?

3. Apakah *Word Of Mouth* berpengaruh parsial terhadap Keputusan Penggunaan jasa CV Global Kreasi Media di Kota Pasuruan?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui pengaruh Lokasi dan *Word Of Mouth* secara simultan terhadap Keputusan Penggunaan jasa CV Global Kreasi Media di Kota Pasuruan.
2. Mengetahui pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Penggunaan jasa CV Global Kreasi Media di Kota Pasuruan.
3. Mengetahui pengaruh *Word Of Mouth* terhadap Keputusan Penggunaan jasa CV Global Kreasi Media di Kota Pasuruan.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan diatas, diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat yang nantinya menjaadi referensi pihak lain, yaitu :

1. Manfaat Teoritis

Dari hasil penelitian ini diharapkan menjadi salah satu referensi penelitian, menambahkan khasanah keilmuan, menjadi tambahan informasi, dan sebagai bahan perbandingan bagi peneliti lain.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana bagi penulis dalam mempraktekkan ilmu yang sudah didapatkan selama menempuh pendidikan di UNIVERSITAS MERDEKA PASURUAN ke dalam

sebuah masalah yang sebenarnya terjadi pada suatu organisasi ataupun dunia kerja yang sesungguhnya.

b. Bagi Organisas/Instansi

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang berharga bagi CV Global Kreasi Media Kota Pasuruan serta sebagai bahan pertimbangan dalam meningkatkan penggunaan jasa.

c. Bagi Universitas Merdeka Pasuruan

Hasil penelitian dapat dijadikan daftar bacaan untuk menambah pengetahuan dan wawasan terkait dengan usaha CV Global Kreasi Media, serta dapat digunakan sebagai bahan acuan dan perbandingan bagi penelitian lain yang berkeinginan untuk mengembangkan topik pembahasan ini.

