

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pengembangan usaha yaitu peran perusahaan yang menginginkan pandangan ke depan dengan memiliki daya cipta yang kuat, keyakinan dan keniatan, dengan pengembangan usaha para pengusaha diminta atau dituntut memiliki peluang besar yang orang lain tidak punya, sebab pengembangan usaha harus memiliki tekad kuat dan peluang yang akan menjadikan pandangan ke depan agar perusahaan tetap maju. Dengan melakukan pengembangan usaha menjadikan seorang akan lebih berfikir dengan cara meningkatkan mutu jual beli produk.

Perusahaan adalah suatu organisasi berbentuk lebih dari satu orang yang mencapai tujuan. Pada awalnya perusahaan hanya dikelola secara individual atau bersama – sama dengan memiliki visi dan misi. Diera globalisasi saat ini dengan kemajuan teknologi yang canggih, persaingan dari perusahaan ke perusahaan semakin ketat banyak perusahaan memanfaatkan kecanggihan yang ada, dengan munculnya teknologi yang maju segala macam pekerjaan akan lebih mudah didapatkan, perusahaan dituntut agar terus menjaga kualitas dari produknya. Perusahaan juga sebagai tempat produksi barang maupun jasa yang akan dikelola.

Indonesia ialah salah satu Negara yang berkembang di dunia. Selain itu Indonesia juga memiliki pengaruh cukup besar di dunia. Untuk menjadi Negara yang maju, maka Indonesia terus berusaha meningkatkan

perkembangan teknologi komunikasi untuk kedepannya. Karena dengan adanya teknologi segala macam pekerjaan akan menjadi lebih mudah.

Dalam era globalisasi ini persaingan perusahaan sangat meningkat. Pada umumnya persaingan ialah hal positif dalam dunia bisnis. perusahaan selalu mengembangkan kualitas agar tidak terjadi kegagalan dalam persaingan [1]. Teknologi merupakan salah satu penunjang perkembangan manusia. Hadirnya perkembangan teknologi saat ini, tentu memiliki dampak positif dan negatif dalam kehidupan kita. Perkembangan teknologi yang semakin dirasakan saat ini ialah melalui penggunaan internet.

Perusahaan ialah tempat proses kegiatan produksi barang atau jasa. Percetakan merupakan proses industri untuk menghasilkan produksi bergambar, kata-kata atau tulisan dengan tinta di atas kertas yang menggunakan alat percetakan. Percetakan ini bergerak dibidang jasa. Jasa ialah aktifitas yang di tawarkan pada sepihak ke pihak lain yang pada hasilnya tanpa wujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun [2].

Di Mojosari terdapat banyak sekali usaha percetakan tidak hanya satu atau dua usaha percetakan tapi lebih dari satu percetakan yang ada, dengan jumlah banyak, sehingga CV. Mustika pasti akan mempunyai pesaing atau akan terjadi persaingan yang kurang sehat seperti menjatuhkan harga dan berbagai macam untuk mengambil pelanggan yang sudah menjadi loyal, salah satunya CV. Mustika yang tepatnya di Jl. Raya A. Yani, Ds. Sumber Tanggul Mojosari-Mojokerto (Timur PT. Montasa – Ladaku). CV. Mustika percetakan telah berdiri

sejak tahun 2004. Percetakan ini dikelola oleh Bapak Amang Zainuri, selaku person percetakan dari CV. Mustika.

CV. Mustika didukung oleh tenaga yang mumpuni dibidannya dan peralatan yang lengkap, CV Mustika berusaha meningkatkan hasil yang maksimal, sebab semua itu adalah untuk kepuasan konsumen agar konsumen menjadi loyal di CV. Mustika, dengan bekal keahlian dibidang jasa selama 10 tahun, CV. Mustika akan memberikan pelayanan yang maksimal guna mendukung aktivitas kerja dan juga promosi para konsumen, baik pada perusahaan ataupun instansi pemerintah maupun swasta. Disini juga CV. Mustika telah banyak pelanggan seperti perusahaan, ukm atau instansi yang telah menggunakan jasa dari CV. Mustika.

Selama ini percetakan bergerak di bidang jasa diantara lain produksi barang – barang yang diinginkan atau dipesan oleh konsumen. Jenis – jenis atau produk dari CV. Mustika Percetakan antara lain meliputi nota, kop, surat jalan, kalender, papan nama, neon box, banner, stiker serta lain lain.

Di CV. Mustika berdasarkan orderan yang rutin yang terus menerus di buat setiap minggu, bahkan hampir setiap hari adalah pemesanan benner dengan pengerjaan sekitar 2 – 3 hari, namun ada jenis produk yang tidak menentu seperti kalender produk jasa yang tidak dapat diorder setiap hari maupun bulan, karena untuk produk jasa kalender hanya pada masanya saja.

Di CV. Mustika memiliki proses produksi yang berbeda beda, CV. Mustika memiliki beberapa alat mesin produksi seperti mesin cetak warna, mesin cetak 1 warna, mesin prin benner, mesin potong, mesin plong, dll.

Berdasarkan uraian tersebut diatas, pentingnya menggunakan jasa agar lebih muda, praktis dan tidak ribet, alasan peneliti mengambil judul ini, agar mengetahui faktor apa saja yang dapat mempengaruhi loyalitas konsumen dalam keputusan menggunakan jasa percetakan, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul “ANALISIS FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN JASA DI CV MUSTIKA PERCETAKAN MOJOSARI”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan diatas maka rumusan masalah yang akan dikemukakan dalam penelitian ini adalah Apa saja faktor- faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen dalam keputusan menggunakan jasa di CV. Mustika Percetakan Mojosari?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang sudah dipaparkan diatas bertujuan untuk mengetahui faktor – faktor yang mempengaruhi loyalitas konsume dalam keputusan menggunakan jasa di CV. Mustika Percetakan Mojosari.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Praktis

Untuk mengembangkan ilmu dan Menjadikan dasar oleh peneliti berikutnya yang berminat untuk meneliti faktor – faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen dalam keputusan menggunakan jasa di CV. Mustika Mojosari.

2. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan untuk mengembangkan teori tentang apa saja faktor – faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen dalam keputusan menggunakan jasa di CV. Mustika Mojosari.

1. Bagi perusahaan

Sebagai bahan pertimbangan dan informasi untuk perusahaan CV. Mustika Mojosari terutama mengetahui apa saja faktor – faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen dalam keputusan menggunakan jasa dalam bidang jasa percetakan.

2. Bagi akademik

Untuk memperkuat dan sebagai dasar bimbingan bagi pembaca yang melakukan penelitian dibidang pemasaran khususnya faktor – faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen dalam keputusan menggunakan jasa.

3. Bagi peneliti

Menambah pengetahuan manajemen pemasaran dan syarat mendapatkan gelar sarjana ekonom.

