BAB I PENDAHULUAN

1. Latar Belakang Permasalahan

Indonesia memiliki banyak potensi dari sektor agribisnis yang dapat dijadikan tonggak pembangunan nasional. Salah satu sektor agribisnis yang memiliki potensi yang cukup besar yaitu sektor perikanan. Dilihat dari sisi geografis, luas perairan Indonesia lebih luas dari daratannya, sehingga sektor perikanan sangat strategis untuk dapat dikembangkan sebagai penggerak ekonomi nasional. Potensi yang cukup besar yang tersimpan didalam lingkungan perairan Indonesia, sudah seharusnya mampu dimanfaatkan oleh pemerintah. Fadel Muhamad mencanangkan peningkatan target produksi dari sektor perikanan budidaya sebesar 353 persen. Konsep peningkatan produktifitas perikanan Indonesia pun terdapat dalam program kerja Kementrian Kelautan dan Perikanan saat ini dengan mencanangkan konsep industrialisasi perikanan di berbagai sentra produksi perikanan. Salah satu kebijakan Kementerian Kelautan dan Perikanan sesuai dengan Surat Keputusan Menteri Kelautan dan Perikanan No. 32/MEN/2010 tentang Penetapan Kawasan Minapolitan dengan tujuan tercapainya peningkatan produksi untuk 7 komoditas unggulan perikanan budidaya antara lain rumput laut, udang, kakap, kerapu, dorang, tenggiri, dan ikan teri. Kota Tuban Jawa Timur merupakan salah satu sentra produksi perikanan di Indonesia yang didominasi oleh budidaya ikan laut. Hal ini dikarenakan secra geografis berada di tepi laut yang sangat produktif dan didukung teknologi industry pengolahan di Tuban telah berkembang dengan baik. Hal ini dapat menimbulkan persaingan yang cukup tinggi diantara para pengusaha industry pengolahan ikan di Tuban.

Persaingan kualitas produk dan harga begitu sengit, menuntut para pemasar untuk dapat menyediakan produk- produk olahan ikan yang berkualitas dan harga yang terjangkau oleh konsumen sehingga kepuasan

MCE

setelah mengkonsumsi dapat diperoleh dan akan membuat konsumen melakukan pembelian dimasa yang akan datang atau pembelian berulang pada produk yang sama. Konsumen pun bersikap lebih selektif dan kritis dalam memilih produk yang akan dibeli. Konsumen tidak lagi membeli produk sekedar berdasarkan pertimbangan wujud fisik saja, namun juga termasuk segala aspek pelayanan yang melekat pada produk, mulai dari tahap pembelian sampai pada tahap pasca pembelian.

Kondisi tersebut, menuntut industry pengolahan ikan harus selalu mengikuti keinginan dan kebutuhan konsumen yang sesuai dengan speksifikasi produk yang dibutuhkan, menciptakan produk-produk yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan konsumen agar terpuaskan dan tetap loyal pada produk perusahaan. Disamping itu, mengharuskan industry pengolahan ikan untuk terus mempelajari secara kontinyu kemungkinan keuntungan yang akan diperoleh atas produk/jasa yang dilakukan.

Loyalitas konsumen adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko atau pemasok berdasarkan sifat yang sangat positif dalam pembelian jangka panjang (Tjiptono, 2007). Loyalitas konsumen sangat penting artinya bagi perusahaan yang menjaga kelangsungan usahanya maupun kelangsunan kegiatan usahanya. Pelanggan yang setia adalah konsumen yang sangat puas dengan produk dan pelayanan yang diberikan, sehingga mempunyai antusiasme untuk memperkenalkannya kepada siapapun yang konsumen kenal. Strategi yang berlaku sekarang merupakan usaha perusahaan dalam persaingan dengan menggunakan kesempatan atau peluang pasar melalui usaha membina dan meningkatkan kinerja layanan yang diberikan.

Untuk mendongkrak pangsa pasar suatu produk adalah kualitas produk. Kualitas produk didapatkan dengan cara menemukan keseluruhan harapan konsumen, meningkatkan nilai produk atau pelayanan dalam rangka memenuhi harapan konsumen tersebut. Layanan yang baik dalam sebuah produk akan menjadi nilai bagi konsumen yang nantinya akan memberikan

kepuasan tersendiri pada konsumen tersebut. Kualitas yang rendah akan menimbulkan ketidakpuasan pada pelanggan, tidak hanya pelanggan yang langsung membeli produk tersebut tapi juga berdampak pada orang lain. Karena pelanggan yang kecewa akan bercerita paling sedikit kepada 15 orang lainnya. Dampaknya, calon pelanggan akan menjatuhkan pilihannya kepada pesaing (Lupiyoadi dan Hamdani, dalam Sumariyatun, 2010).

Selain kualitas produk, upaya perbaikan yang dapat dilakukan adalah system kualitas pelayanan, akan jauh lebih efektif bagi keberlangsungan bisnis. Kinerja layanan adalah kinerja dari pelayanan yang diterima oleh konsumen itu sendiri dan menilai kualitas dari pelayanan yang benar-benar mereka rasakan (Cronin dan Taylor, 1994 dalam Saputro, 2010). Ukuran yang berdasarkan kinerja akan lebih merefleksikan kualitas jasa/pelayanan karena pengukuran terhadap kualitas pelayanan dalam SERVQUAL yang diajukan oleh Parasuraman, *et al* (1988) dalam Lupiyoadi (2006:16) telah membentuk paradigma yang lemah, dimana harapan konsumen terhadap kualitas jasa mengacu kepada harapan konsumen terhadap penyedia jasa secara umum, sedangkan persepsi terhadap kinerja jasa mengarah kepada perusahaan jasa yang dituju/spesifik.

Menurut Lupiyoadi (2006 : 16), mempertahankan pelanggan jauh lebih murah bagi perusahaan, daripada mencari pelanggan baru, diperlukan biaya lima kali lipat untuk mendapatkan seorang konsumen baru daripada mempertahankan seorang yang sudah menjadi pelanggan. Salah satu cara yang dilakukan oleh perusahaan dalam usaha mempertahankan loyalitas pelanggannya adalah dengan tetap membina kualitas hubungan (relationship quality) yang baik dengan setiap pelanggan. Hubungan ini sendiri dapat dikatakan sebagai suatu program dalam mencapai loyalitas pelanggan, dimana pelanggan diajak untuk membangun suatu hubungan yang lebih dekat dengan menciptakan komunikasi dua arah sehingga dapat menimbulkan kepercayaan, kepuasan, bahkan sebuah ikatan sosial yang pada akhirnya dapat menimbulkan sebuah komitmen antara pelanggan dan perusahaan. Hal ini

MCH

PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS HUBUNGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (Studi Kasus Pada Pelanggan PT JAYA ABADI Tuban)

4

diperkuat hasil penelitian Sumariyaton (2010) yang menyatakan bahwa *relationship quality* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, artinya semakin baik kualitas hubungan produsen dengan konsumen maka loyalitas pelayanaan akan semakin meningkat.

Penelitian ini dilakukan pada PT. Jaya Abadi Tuban adalah perusahaan yang memproduksi olahan ikan yang tersebar hampir diseluruh kota besar di Indonesia. Berbagai upaya dilakukan PT. Jaya Abadi dalam meningkatkan pelayanan, diantaranya dengan didukung oleh para tenaga operasional yang profesional dan berpengalaman yang mempunyai kompetensi dalam bidangnya, oleh karena itu perusahaan harus benar-benar memahami bagaimana menghasilkan produk, menawarkan, menjual dan memberikan pelayanan prima dengan menciptakan keterhubungan dengan pelanggan sehingga dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.

Berdasarkan uraian diatas maka perlu dilakukan penelitian lebih lanjut dengan judul "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan dan Kualitas Hubungan Terhadap Loyalitas Pelanggan Industri Olahan PT. Jaya Abadi Tuban.

2. Rumusan Permasalahan

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan, maka peneliti dapat mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana pengaruh kualitas produk, kualitas layanan dan kualitas hubungan secara simultan terhadap loyalitas pelanggan?
- b. Diantara variabel kualitas produk, kualitas layanan dan kualitas hubungan, manakah yang berpengaruh dominan terhadap loyalitas pelanggan ?

MCE

3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

a. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

- 1) Mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas layanan dan kualitas hubungan terhadap loyalitas pelanggan.
- Mengetahui diantara variabel kualitas produk, kualitas layanan dan kualitas hubungan, yang berpengaruh dominan terhadap loyalitas pelanggan.

b. Kegunaan Penelitian

- Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi perusahaan terkait, dalam hal penjualan agar lebih baik lagi dengan memperhatikan kualitas produk, kualitas layanan, kualitas hubungan dan loyalitas pelanggan.
- 2) Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan peneliti lain dan dapat dijadikan referensi di masa yang akan datang.

