

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada awal Desember 2019, dunia telah dihebohkan dengan penemuan kasus pneumonia di Wuhan, China yang secara etiologi tidak diketahui. Pemerintah China mengidentifikasi kasus tersebut pada 7 Januari 2020 sebagai jenis virus dalam kategori baru, dan kemudian disebut dengan istilah Corona Virus Disease 2019 (Covid-19). Covid-19 menyebar serta mengakibatkan tingginya tingkat kematian, baik di China maupun negara-negara di dunia. Kemudian pada 30 Januari 2020, *World Health Organization (WHO)* menetapkan Covid-19 sebagai Darurat Kesehatan Masyarakat Global (*Global Public Health Emergency*).

Kebijakan pembatasan sosial dan *lockdown* diambil oleh sebagian besar negara guna memutus rantai penyebaran virus corona. Namun kebijakan tersebut berdampak buruk pada perekonomian negara. Perusahaan dipaksa untuk mengurangi jam kerja bahkan sampai menghentikan proses produksi. Sehingga mengakibatkan lemahnya finansial perusahaan, perseorangan dan secara langsung pada ekonomi negara bahkan ekonomi global.

Pada awal Maret tahun 2020, terkonfirmasi kasus pertama Covid-19 oleh pemerintah Indonesia. Sejak saat itu, banyak upaya telah dilakukan pemerintah untuk menekan dampak negatif pandemi. Hampir seluruh sektor terdampak, termasuk sektor ekonomi. Pengaruh dari pembatasan aktivitas masyarakat berdampak buruk pada aktivitas bisnis, dan imbasnya pada perekonomian negara.

Dalam rangka melindungi ekonomi dalam negeri akibat adanya dampak pandemi Covid-19, peran pemerintah sangatlah dibutuhkan. Pemerintah dianggap sebagai salah satu nahkoda perekonomian negara yang mempunyai tugas untuk melindungi pengusaha-pengusaha domestik untuk keberlangsungan pembangunan ekonomi. Pemerintah Indonesia melakukan upaya yaitu melalui penguatan struktural komponen yang menjadi pilar perekonomian negara. Pilar perekonomian yang dimaksud ialah Badan Usaha Milik Negara, Koperasi dan Badan Usaha Milik Swasta.

Badan Usaha Milik Negara (BUMN) merupakan usaha yang kepemilikannya sebagian atau keseluruhannya dikuasai oleh negara. BUMN di Negara Kesatuan Republik Indonesia ada juga yang berbentuk seperti usaha nirlaba. Tujuan adanya BUMN yang berbentuk nirlaba yaitu sebagai penyedia barang ataupun jasa untuk masyarakat. BUMN datang sebagai salah satu wujud peran pemerintah menjadi pelaku usaha. Sedangkan modal yang dimiliki BUMN, sebagian maupun keseluruhannya adalah milik pemerintah Indonesia.

Pengertian dari BUMN telah tertulis dalam Pasal 1 UU No. 19 Th 2003. Pasal ini menyebutkan bila BUMN merupakan badan usaha dengan modal sebagian atau seluruhnya dimiliki negara. Modal tersebut didapatkan dari kekayaan negara yang telah dipisahkan melalui penyertaan khusus secara langsung. Kegiatan utama BUMN yaitu mengelola dan menjaga semua cabang produksi yang sangat berharga untuk negara. Sebagai bentuk dalam mewujudkan kesejahteraan bagi masyarakat. Selain untuk menciptakan lapangan kerja dan sebagai penyedia barang dan jasa bagi masyarakat, BUMN menjadi media pengembangan usaha yang relatif kecil, termasuk Koperasi.

Koperasi merupakan badan usaha dari suatu perkumpulan yang dikelola untuk kepentingan bersama para anggotanya. Menurut Mohammad Hatta yang sering disebut Bapak Koperasi Indonesia, beliau menyatakan bahwa “koperasi merupakan usaha bersama untuk memperbaiki dan meningkatkan kehidupan pada taraf ekonomi berlandaskan asas tolong menolong”.

Berdasarkan Pasal 1 UU No. 25 Th 1992 tentang Perkoperasian menjelaskan, koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang-seorang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasar prinsip koperasi, sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat atas asas kekeluargaan. Sedangkan perkoperasian adalah segala sesuatu yang menyangkut kehidupan koperasi.

Peran koperasi dalam mendukung finansial anggotanya sering memberikan bantuan berupa pinjaman dana atau kredit sebagai salah satu kerjasama yang saling menguntungkan. Dengan adanya koperasi diharapkan bisa meningkatkan kemakmuran masyarakat Indonesia. Untuk mewujudkan tujuan luhur ini, koperasi dapat bekerjasama dengan sesama koperasi maupun BUMS.

Badan Usaha Milik Swasta yaitu badan usaha yang kepemilikan modalnya sebagian besar dari swasta. Adapun tujuan umum BUMS adalah mengembangkan modal dan usahanya untuk memperoleh laba yang sebesar-besarnya serta membantu pemerintah dalam rangka membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat Indonesia.

Berdasarkan uraian pasal 33 UUD NRI tahun 1945, usaha yang telah diserahkan pada pihak swasta merupakan bidang yang pengelolaannya tidak bersifat strategis dan vital. Terdapat berbagai jenis usaha yang dapat dijalankan

oleh pihak swasta di Indonesia. Usaha-usaha tersebut terbagi menjadi tiga jenis, yaitu usaha di bidang jasa, bidang industri dan dagang.

Perusahaan jasa merupakan bidang usaha yang memperoleh profit atau keuntungan dengan cara menjual pelayanan atau jasa yang abstrak. Dapat dikatakan, perusahaan dibidang jasa menawarkan sebuah produk atau barang yang tidak berbentuk.

Berbeda dengan perusahaan dibidang jasa, perusahaan dagang adalah bidang usaha yang menjual suatu produk berupa barang yang telah tersedia pada pelanggan. Perusahaan dagang tidak melakukan kegiatan produksi barang sendiri, namun dengan cara membeli produk jadi yang kemudian dijual kembali kepada pihak yang membutuhkan dengan maksud dan tujuan untuk mendapatkan keuntungan dari selisih penjualan.

Perusahaan yang bergerak pada bidang industri ialah perusahaan yang kegiatannya meliputi pengolahan bahan baku yang diproses sedemikian rupa sehingga menghasilkan produk jadi. Terdapat dua macam perusahaan pada bidang industri, yaitu industri jasa dan industri barang. Dalam industri jasa, kegiatannya berupa pelayanan jasa yang ditujukan langsung kepada konsumen. Sedangkan industri barang, kegiatannya berupa pengolahan bahan mentah menjadi barang setengah jadi atau barang jadi yang siap jual.

Manajemen produksi adalah rangkaian kegiatan produksi untuk menghasilkan suatu barang siap pakai yang diinginkan konsumen dan produk tersebut memiliki nilai jual. Manajemen produksi tersebut mempunyai peran sangat penting dalam mengoordinasi berbagai aktivitas perusahaan untuk

mencapai tujuan tertentu. Kegiatan produksi tidak akan berjalan, jika tidak didukung dengan manajemen pemasaran yang handal dan strategis.

Manajemen pemasaran adalah proses menganalisis kebutuhan pasar, perencanaan produk, harga dan promosi serta distribusi penjualan pada konsumen. Kebutuhan pasar dapat diartikan sebagai serangkaian analisis yang digunakan dalam rangka memenuhi kebutuhan konsumen. Sedangkan perencanaan produk yaitu suatu ide atau gagasan yang direalisasikan oleh pihak perusahaan yang kemudian diperkenalkan kepada masyarakat berupa produk yang nantinya akan berguna untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Harga secara definisi bisa diartikan sebagai beban konsumen berupa uang untuk mendapatkan manfaat jasa atau dengan memiliki sebuah produk. Penentuan harga yang lebih ekonomis tentu akan mendapat simpatikan yang tinggi dari konsumen apabila di tunjang dengan promosi secara kontinu oleh pihak produsen. Promosi merupakan suatu kegiatan pemasaran atau mengenalkan produk kepada masyarakat.

Setiap perusahaan wajib memiliki strategi penjualan yang bersifat visioner, hal ini berguna untuk meningkatkan penjualan bukan hanya dimasa sekarang namun juga berguna untuk menjaga eksistensi produk dimasa yang akan datang. Strategi penjualan juga memiliki peran penting dalam usaha meningkatkan loyalitas pelanggan. Bisnis dapat dikatakan sukses jika mampu mendapatkan, mempertahankan, menghasilkan dan menumbuhkan pelanggan. Mengingat peran dominan yang disebabkan karena timbulnya loyalitas pelanggan, industri dituntut meningkatkan komponen-komponen pendukung sebagai salah satu cara untuk menumbuhkan tingkat loyalitas pelanggannya.

Meskipun di Kabupaten Trenggalek terdapat banyak konveksi, namun konsumen mereka tetap menunjukkan sikap yang loyal terhadap produknya. Fighter Convection adalah satu dari sekian perusahaan yang bergerak dibidang konveksi di Kabupaten Trenggalek. Perusahaan ini berdiri pada tahun 2012, dimana ia masih tergolong perusahaan *start up* yang terus berusaha meningkatkan kualitas-kualitas produknya. Meskipun tergolong perusahaan *start up*, namun pertumbuhan perusahaan ini cukup pesat beberapa tahun belakangan. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya pembukaan cabang-cabang baru di wilayah Kabupaten Trenggalek.

Salah satu komponen yang diduga berperan dominan didalam membangun loyalitas pelanggan adalah kualitas produk. Seiring dengan terintegrasinya kualitas suatu produk, akan meningkatkan loyalitas dari pelanggan. Sebuah produk akan dinilai konsumen berkualitas tinggi apabila telah sesuai harapan atau mungkin lebih dari ekspektasi yang diinginkan oleh konsumen tersebut. Demikian juga Fighter Convection Kabupaten Trenggalek yang senantiasa berusaha untuk semakin meningkatkan kualitas produk dari tahun ke tahun agar tetap memuaskan para konsumennya.

Peningkatan kualitas produk adalah suatu keharusan yang dijadikan prioritas oleh setiap perusahaan. Barang yang berkualitas baik harus bersamaan dengan penetapan harga yang kompetitif pula. Pernyataan ini didukung oleh Swastha dan Handoko dalam Sherly (2020) yang mengemukakan bahwa kualitas produk dan harga merupakan faktor pembentuk loyalitas pelanggan. Namun, terdapat masalah yang dialami perusahaan Fighter Convection Kabupaten Trenggalek dalam menentukan harga barang. Karena dampak pandemi, kesulitan

distribusi dan naiknya harga bahan baku mengakibatkan perusahaan tidak bisa menekan biaya produksi sehingga terpaksa menaikkan harga jual.

Faktor lain yang diduga memiliki peran dominan terhadap loyalitas konsumen adalah *customer satisfaction* atau kepuasan pelanggan. Pernyataan ini didukung oleh Aaker dalam Sherly (2020) bahwa kepuasan merupakan faktor utama yang mempengaruhi loyalitas, selain faktor perilaku kebiasaan, komitmen, kesukaan produk dan biaya pengalihan. Kepuasan adalah wujud penilaian secara emosional atas penggunaan produk baik barang ataupun jasa. Karena kepuasan bersifat subjektif maka tidak mudah mengukur apakah produk yang disediakan telah mencapai kepuasan atau belum. Namun terdapat salah satu atribut kepuasan yang dapat dijabarkan yaitu *value price relationship* atau keterkaitan nilai barang yang berhubungan dengan ketetapan harga dibayarkan konsumen untuk membeli barang tersebut. Kebijakan untuk menaikkan harga jual oleh Fighter Convection Kabupaten Trenggalek menjadi tantangan bagi perusahaan untuk mencari strategi agar hal tersebut tidak mengurangi kepuasan konsumennya. Hal tersebut menggambarkan suatu bentuk permasalahan yang berkaitan dengan tingkat kepuasan yang ada kaitannya dengan kenaikan harga yang diberlakukan di Fighter Convection Kabupaten Trenggalek, sehingga dimungkinkan dapat mempengaruhi tingkat loyalitas pelanggan.

Dengan adanya kendala-kendala yang dialami oleh Fighter Convection Kabupaten Trenggalek tersebut diatas, maka peneliti berusaha untuk menganalisis faktor-faktor yang kemungkinan mempengaruhi loyalitas pelanggan, yaitu dengan menggunakan variabel kualitas, harga, dan kepuasan yang diharapkan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan Fighter Convection

Kabupaten Trenggalek. Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, maka peneliti merasa tertarik untuk mengadakan sebuah penelitian dan mengambil judul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Fighter Convection Kabupaten Trenggalek”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjabaran latar belakang masalah diatas, maka dapat diambil rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah variabel kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Fighter Convection Kabupaten Trenggalek?
2. Apakah variabel harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Fighter Convection Kabupaten Trenggalek?
3. Apakah variabel kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Fighter Convection Kabupaten Trenggalek?
4. Apakah variabel kualitas produk, harga, dan kepuasan secara simultan mempengaruhi loyalitas pelanggan Fighter Convection Kabupaten Trenggalek?
5. Variabel apakah yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap loyalitas pelanggan Fighter Convection Kabupaten Trenggalek?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka penelitian ini bertujuan:

1. Untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan Fighter Convection Kabupaten Trenggalek.
2. Untuk mengetahui pengaruh variabel harga terhadap loyalitas pelanggan Fighter Convection Kabupaten Trenggalek.

3. Untuk mengetahui pengaruh variabel kepuasan terhadap loyalitas pelanggan Fighter Kabupaten Convection Trenggalek.
4. Untuk mengetahui variabel kualitas produk, harga, dan kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Fighter Convection Kabupaten Trenggalek.
5. Untuk mengetahui variabel yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap loyalitas pelanggan Fighter Convection Kabupaten Trenggalek.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dengan harapan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, diantaranya:

1. Pihak Akademisi

Peneliti berharap penelitian ini dapat memperluas pengetahuan dan wawasan untuk civitas akademika Universitas Muhammadiyah Ponorogo dan bermanfaat bagi peneliti selanjutnya apabila memiliki penelitian dengan ruang lingkup yang sama yaitu loyalitas pelanggan.

2. Pihak Perusahaan

Peneliti berharap hasil penelitian ini dapat dijadikan rujukan untuk memperbaiki manajemen didalam perusahaan Fighter Convection Kabupaten Trenggalek melalui variabel-variabel didalam penelitian ini, sehingga loyalitas pelanggan bisa tercapai.

3. Bagi Pihak Lain

Peneliti berharap penelitian ini dapat menjadi tambahan referensi dalam pengembangan ilmu manajemen terutama manajemen pemasaran.