

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Permasalahan

Loyalitas pelanggan (*Customer Loyalty*) merupakan suatu hal yang sangat penting bagi sebuah industri baik itu produk maupun jasa. Ketika pelanggan sudah menjadi loyal untuk selalu menggunakan produk atau jasa dari suatu perusahaan tertentu, maka dapat dikatakan bahwa perusahaan tersebut sudah berhasil memberikan kepuasan kepada pelanggannya karena pada dasarnya kepuasan pelanggan merupakan salah satu faktor penting yang bisa membuat pelanggan menjadi loyal.

Loyalitas pelanggan datang pada saat pelanggan merasa puas setelah menggunakan jasa atau produk dari perusahaan tertentu. Ketika kondisi itu terjadi maka pelanggan akan datang dan datang lagi untuk menggunakan jasa atau produk tersebut. Hal ini sangat menguntungkan bagi perusahaan karena pelanggan yang loyal tentunya akan memberikan kontribusi sangat positif bagi keuntungan perusahaan.

Kepuasan pelanggan harus diciptakan oleh perusahaan agar bisa menciptakan pelanggan yang loyal. Salah satu unsur penting dalam kepuasan pelanggan adalah kualitas. Kepuasan pelanggan akan semakin meningkat seiring dengan semakin tingginya kualitas suatu produk atau service. Namun, dewasa ini tidak hanya kualitas yang dibutuhkan untuk dapat mempertahankan pelanggan, Perusahaan harus lebih kreatif untuk memberikan nilai tambah (*added value*) pada service atau produk yang di tawarkannya. Dimana nilai tambah tersebut berada diatas standar dari ekspektasi customer terhadap service atau produk yang di hasilkan.

Industri *Forwarding* merupakan salah satu industri yang bergerak di bidang jasa. Industri *Forwarding* adalah penyedia jasa logistik pihak ketiga (*third party logistics*). Sebagai penyedia jasa logistik pihak ketiga, *Forwarder* melakukan pengiriman barang (*shipment*) melalui beberapa mode transportasi, Mode transportasi itu bisa berupa *Air freight Forwarder*, *Ocean Freight Forwarder* atau

bahkan melalui *trucking service*. Seperti layaknya perusahaan jasa lainnya, kualitas pelayanan menjadi salah satu titik perhatian penting untuk memberikan kepuasan terhadap pelanggan selain masalah harga tentunya.

Untuk sebuah industri *forwarder*, loyalitas pelanggan sangatlah penting sekali untuk bisa tetap bertahan hidup. Karena dalam persaingan di dunia *forwarder* jarang di temukan pelanggan yang hanya loyal pada satu perusahaan saja. Pelanggan akan berpindah-pindah dari satu perusahaan *forwarder* ke perusahaan *forwarder* lainnya. Ditambah lagi dengan adanya krisis finansial global yg terjadi saat ini, yang sedikit banyak akan mempengaruhi jumlah kegiatan ekspor yang melibatkan industri forwarding didalamnya. Mempertahankan pelanggan yang sudah ada agar tetap setia tentunya akan menjadi sangat penting sekali bagi pelaku industri *forwarder*.

Untuk itu diperlukan adanya studi mendalam mengenai hal ini, dimana dalam suatu industri *forwarding*, pelanggan tidak menjadi pelanggan yang loyal pada satu perusahaan tertentu. Dibutuhkan suatu studi yang nantinya dapat memberikan input positif bagi sebuah perusahaan *forwarder* mengenai hal-hal apa yang sekiranya dapat mewujudkan terciptanya pelanggan yang loyal.

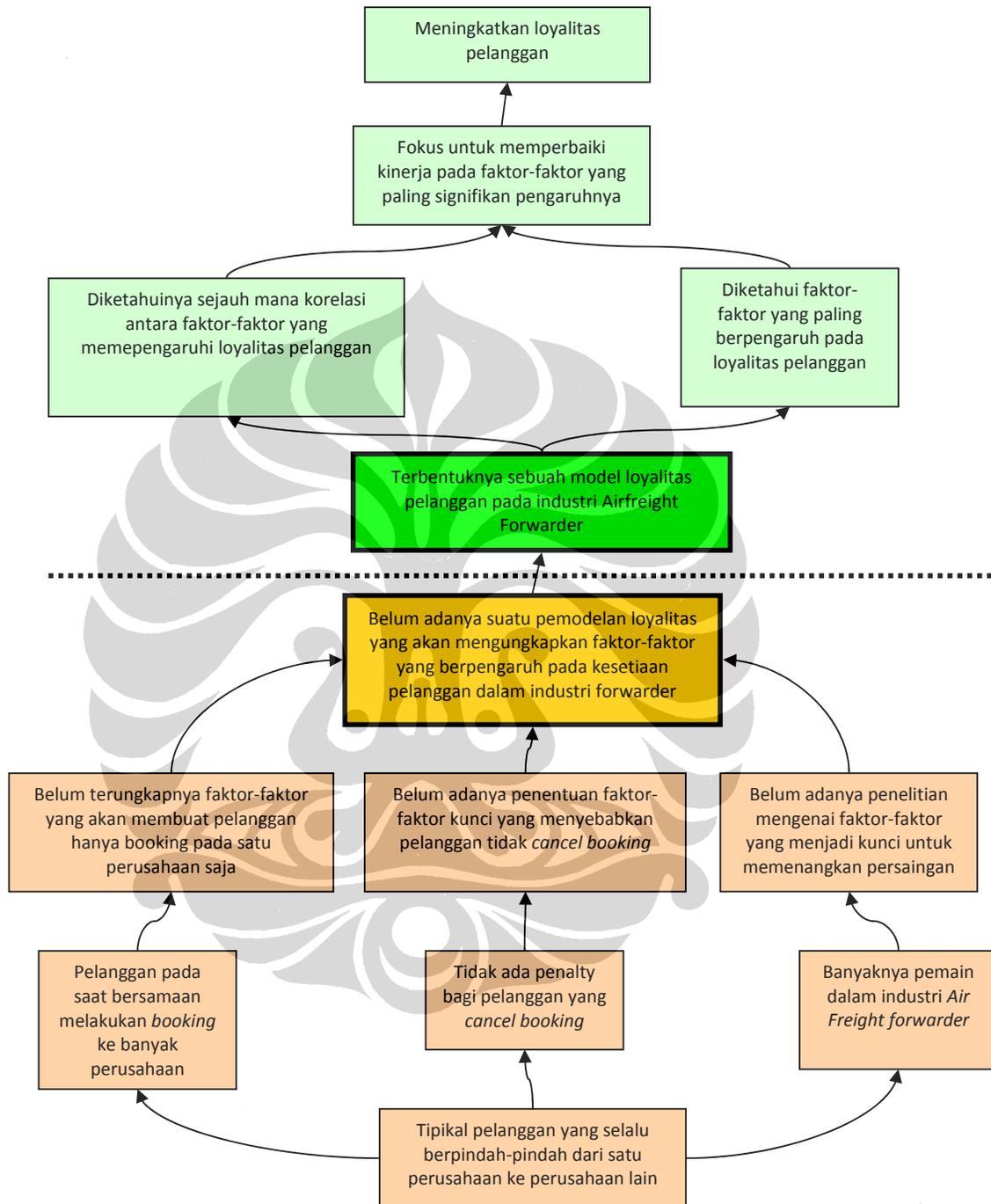
1.2 Diagram Keterkaitan Permasalahan

Dapat dilihat pada gambar 1.1 pada halaman berikut.

1.3 Rumusan Permasalahan

Pada sebuah industri *Air freight forwarder* terdapat suatu kecenderungan adanya pelanggan yang “nakal” yang dalam satu kali pengiriman barang menyebarkan *shipping instruction* ke lebih dari satu perusahaan *forwarder*. Pelanggan tersebut kemudian akan memilih salah satunya saja dari perusahaan *forwarder* tersebut untuk mengapalkan barangnya.

Gambar 1.1 Diagram Keterkaitan Masalah



1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Memperoleh suatu model struktural loyalitas pelanggan bagi industri *Air Freight Forwarder*
2. Mengetahui korelasi antara faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan pada industri *Air Freight Forwarder*
3. Menentukan faktor-faktor yang akan meningkatkan loyalitas pelanggan pada industri *Air Freight Forwarder*

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Adapun batasan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Penelitian dilakukan dengan menggunakan kuesioner dengan skala empat sebagai instrumen untuk pengambilan data.
2. Responden dalam penelitian ini adalah pengguna jasa *airfreight forwarder*
3. Pemilihan responden didasarkan dengan menggunakan teknik pengambilan sampel *non probability sampling* dengan teknik *convenience sampling*.

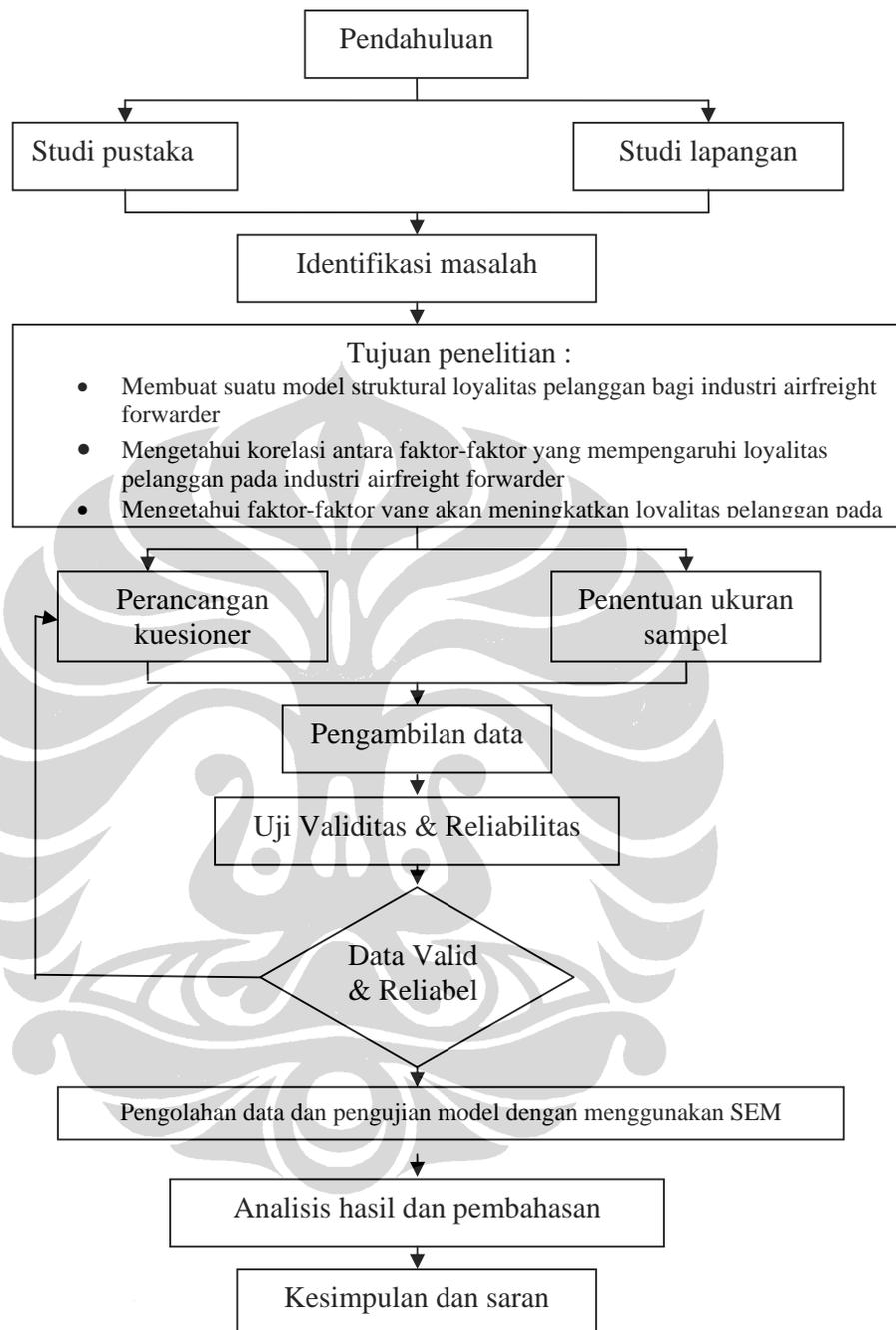
1.6 Metodologi Penelitian

Diagram Alir Metodologi Penelitian dapat dilihat pada gambar 1.2

1.6.1 Pendahuluan

Studi pendahuluan merupakan tahap awal dalam metodologi penelitian, yang menggambarkan secara umum mengenai kondisi objek penelitian, penulis melakukan studi lapangan untuk melihat permasalahan yang timbul dan topik penelitian yang ditentukan, untuk selanjutnya melakukan studi kepustakaan dari buku – buku dan jurnal yang berhubungan dengan topik penelitian

Gambar 1.2 Diagram Alir Penelitian



1.6.2 Pengumpulan data

Data yang dikumpulkan adalah data primer. Data primer didapatkan dari hasil Penyebaran kuesioner kepada pelanggan pengguna jasa dalam industri

airfreight forwarding untuk mendapatkan faktor-faktor yang dinilai penting untuk meningkatkan loyalitas pelanggan dalam industri airfreight forwarding

1.6.3 Pengolahan Data dengan Menggunakan Metode Structural Equation Modeling

Structural Equation Modeling (SEM) adalah keluarga dari ilmu statistik yang bertujuan mencari penjelasan dari hubungan diantara *multiple variable*. SEM menguji struktur dari hubungan timbal balik (*interrelationship*) yang terdapat dalam suatu rangkaian persamaan. Persamaan ini menggambarkan semua hubungan di antara *construct* (dependen dan independen variable) yang terlibat dalam analisis. *Construct* adalah variabel yang tidak terukur (*unobservable*) atau biasa di sebut *latent* variabel yang merupakan representasi dari *multiple variable*.

Sejauh ini tiap-tiap teknik *multivariate* telah di klasifikasikan baik sebagai interdependen atau dependen teknik. SEM dapat disebut sebagai kombinasi yang unik kedua teknik tersebut karena dasar dari SEM adalah dua teknik yang sangat familiar dari *multivariate* teknik yaitu *Factor Analysis* dan *Multiple Regression Analysis*

1.6.4 Analisis Hasil dan Pembahasan

Menjelaskan mengenai pembahasan terhadap hasil perhitungan dan pengolahan data disertai dengan analisisnya.

1.6.5 Kesimpulan dan Saran

Langkah terakhir dalam penelitian ini adalah menarik kesimpulan dari hasil penelitian yang dilaksanakan dan memberikan saran berdasarkan hasil penelitian tersebut.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dilakukan agar dapat dihasilkan penelitian yang lebih terarah dan terperinci. Berikut sistematika penulisan dari laporan Tugas Akhir ini :

BAB I PENDAHULUAN

Menjelaskan mengenai latar belakang masalah, maksud dan tujuan penelitian, pokok permasalahan, pembatasan masalah serta membuat sistematika penulisan laporan.

BAB II LANDASAN TEORI

Merupakan penjelasan secara terperinci mengenai teori-teori yang digunakan sebagai landasan untuk pemecahan permasalahan. Juga memberikan penjelasan secara garis besar metode yang digunakan peneliti sebagai kerangka pemecahan masalah

BAB III PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Memaparkan data-data yang diperoleh selama penelitian, dimana kemudian data-data tersebut dihitung dan diolah sebagai bahan untuk pemecahan masalah

BAB IV ANALISIS HASIL DAN PEMBAHASAN

Menjelaskan mengenai pembahasan terhadap hasil perhitungan dan pengolahan data disertai dengan analisisnya.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Menjelaskan mengenai hasil dari kegiatan penelitian yang telah dilakukan baik mulai dari pengumpulan data, perhitungan / pengolahan data serta hasil analisisnya.