

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Sebuah Negara yang makmur dan maju yaitu ditandai dengan salah satunya kelancaran transportasi. Indonesia merupakan salah satu negara yang tergolong lambat dalam mengatur kelancaran transportasi. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya daerah-daerah plosok yang belum mampu di jangkau oleh alat transportasi terutama di daerah Indonesia Timur karena minimnya infrastruktur. Namun pada masa pemerintahan Presiden Jokowi saat ini sedang gencar di laksanakan pembangunan infrastruktur seperti pembuatan jalan baru, jalan tol, jembatan baru dan infrastruktur lainnya yang tidak hanya fokus di Pulau Jawa tetapi juga dilakukan di daerah terpencil seperti Papua, Nusa Tenggara Timur, dan Maluku.

Transportasi berperan sangat penting di dunia bisnis dalam menghubungkan darimana asal sumber bahan baku, tempat produksi, daerah pemasaran, dan daerah pemukiman yang dijadikan tempat tinggal penduduk atau konsumen. Selain itu, dalam mengatur kelancaran transportasi juga memerlukan unsure diantaranya adanya barang atau muatan yang diangkut, tersedianya alat angkut atau alat transportasi, adanya jalan yang dapat dilalui, adanya terminal asal dan terminal tujuan, dan sumber daya manusia serta organisasi atau manajemen yang menggerakkan transportasi tersebut.

Kebutuhan pengiriman barang menjadi salah satu kebutuhan bagi setiap individu. Semua individu menginginkan kelancaran dalam pengiriman barang baik dalam hal kecepatan maupun keamanan agar dapat dipastikan

barang yang dikirimkan sampai pada waktu dan tempat tujuan yang tepat. Dalam kegiatan pemasaran aktivitas pengiriman barang erat kaitannya dengan distribusi dimana barang atau jasa dapat di kirim kepada konsumen guna memenuhi kebutuhan manusia. Pendistribusian barang itu sendiri dapat dilakukan melalui jalur darat, laut, dan udara dengan menggunakan berbagai macam alat transportasi.

Guna memenuhi kebutuhan pengiriman barang, saat ini banyak perusahaan jasa pengiriman barang yang berdiri dan terus berkembang serta bersaing merebut pasar. Oleh sebab itu perusahaan harus mampu memberikan yang terbaik dalam melayani pelanggan. Mempertahankan dan menjaga pelanggan sangatlah penting bagi kehidupan perusahaan. Hal tersebut dilakukan agar pelanggan tidak berpindah keperusahaan lain. Pelanggan yang dilayani dengan baik dan sesuai dengan apa yang mereka inginkan, maka akan timbul rasa puas dan akhirnya terbangun loyalitas pelanggan. Disitulah akhirnya akan muncul peluang untuk mendapatkan pelanggan yang baru jika pelanggan puas dan loyal.

Menurut Alma (2009) *relationship marketing* menciptakan, memelihara, dan meningkatkan hubungan yang kuat dengan pelanggan. Maka dari itu *relationship marketing* di perlukan perusahaan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan. Untuk dapat meningkatkan keuntungan perusahaan dalam jangka panjang, perlu juga dilakukan peningkatan dalam mempertahankan pelanggan dan menjaga hubungan baik dengan pelanggan. Bagi kalangan akademis dan pemasaran *relationship marketing* merupakan salah satu yang sering muncul dalam topik diskusi dan menjadi tren di dalam

lingkup pemasaran. Jika ingin memperbaiki dan memperpanjang hubungan dengan pelanggan maka *relationship marketing* ini perlu di gunakan dalam menentukan strategi pemasaran.

PT.Lintas Nusantara Abadi Transindo yang merupakan perusahaan bergerak di bidang pengiriman barang melalui jalur darat dengan menggunakan alat transportasi truk. Seiring berkembangnya bisnis jasa angkutan darat, sampai saat ini perusahaan tersebut telah memiliki beberapa armada dengan fokus di bidang pelayanan pengiriman pupuk dan bahan bangunan untuk beberapa wilayah yang ada di Pulau Jawa.

Semakin banyaknya perusahaan sejenis didalam pasar yang sama, hal tersebut akan menciptakan lingkungan persaingan yang tinggi. Guna mencapai tujuannya, PT.Lintas Nusantara Abadi Transindo perlu melakukan pemilihan strategi pemasaran yang tepat dan memilih berbagai alternatif untuk kelangsungan hidup perusahaan. *Relationship marketing* digunakan untuk strategi pemasaran yang dilakukan oleh PT. Lintas Nusantara Abadi Transindo dalam mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Kotler dan Keller (2009) mengatakan bagaimana cara menciptakan loyalitas pelanggan yaitu dengan cara membangun nilai dan kepuasan pelanggan terhadap produk, jasa, dan pelayanan perusahaan serta membuat pelanggan loyal terhadap perusahaan merupakan aktifitas yang penting dari setiap usaha.

Berdasarkan latar belakang permasalahan tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada perusahaan tersebut yang akan membahas mengenai strategi pemasaran jasa dalam bentuk skripsi dengan

judul :“Analisis *Strategi Relationship Marketing* Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Pada PT. Lintas Nusantara Abadi Transindo Surabaya”.

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian di atas maka dapat dirumuskan masalahnya sebagai berikut :

1. Bagaimana *strategi relationship marketing* yang diterapkan oleh PT.Lintas Nusantara Abadi Transindo dalam meningkatkan loyalitas pelanggan?
2. Bagaimana hubungan baik yang diterapkan oleh PT. Lintas Nusantara Abadi Transindo dalam meningkatkan loyalitas pelanggan ?
3. Bagaimana empati yang diterapkan oleh PT.Lintas Nusantara Abadi Transindo dalam meningkatkan loyalitas pelanggan ?
4. Bagaimana timbal balik yang diterapkan oleh PT. Lintas Nusantara Abadi Transindo dalam meningkatkan loyalitas pelanggan ?
5. Bagaimana kepercayaan yang diterapkan oleh PT. Lintas Nusantara Abadi Transindo dalam meningkatkan loyalitas pelanggan ?

C. TUJUAN PENELITIAN

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Menganalisis *strategi relationship marketing* yang diterapkan oleh PT.Lintas Nusantara Abadi Transindo dalam meningkatkan loyalitas pelanggan.
2. Menganalisis hubungan baik yang diterapkan oleh PT. Lintas Nusantara Abadi Transindo dalam meningkatkan loyalitas pelanggan.
3. Menganalisis empati yang diterapkan oleh PT.Lintas Nusantara Abadi Transindo dalam meningkatkan loyalitas pelanggan.

4. Menganalisis timbal balik yang diterapkan oleh PT. Lintas Nusantara Abadi Transindo dalam meningkatkan loyalitas pelanggan.
5. Menganalisis kepercayaan yang diterapkan oleh PT.Lintas Nusantara Abadi Transindo dalam meningkatkan loyalitas pelanggan.

D. MANFAAT PENELITIAN

Berikut beberapa manfaat yang diharapkan dari penelitian ini diantaranya :

1. Manfaat Teoritis

Menambah perkembangan ilmu ekonomi di bidang strategi pemasaran jasa dan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya khususnya mahasiswa ekonomi.

2. Manfaat Praktis

- a. Membantu perusahaan mendapatkan masukan dan informasi serta bahan evaluasi yang nantinya akan dijadikan acuan dalam mengambil suatu keputusan dalam menetapkan strategi pemasaran jasa yang tepat.
- b. Diharapkan penelitian ini mampu mengembangkan ilmu yang telah didapatkan peneliti semasa kuliah dan mendapatkan ilmu baru selama melakukan penelitian.
- c. Bagi para pembaca agar penelitian ini dapat dijadikan tambahan ilmu pengetahuan dalam hal strategi pemasaran jasa dan sebagai evaluasi serta acuan untuk penelitian selanjutnya yang akan dilakukan.

E. SISTEMATIKA PENULISAN

Agar mudah di pahami, dalam penulisan skripsi ini akan disusun secara sistematis. Penulisan dalam penelitian ini akan di bagi menjadi 5 bab yaitu diantaranya sebagai berikut :

BAB I : Pendahuluan. Pada bab ini akan diuraikan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II : Tinjauan Pustaka. Pada bab ini akan diuraikan mengenai landasan teori, penelitian terdahulu, dan kerangka konseptual.

BAB III : Metodologi Penelitian. Pada bab ini akan diuraikan mengenai pendekatan penelitian, keterlibatan peneliti, jenis dan sumber data, teknik dan pengumpulan data, pengolahan data dan teknik analisis, serta keabsahan temuan.

BAB IV : Hasil penelitian dan pembahasan. Pada bab ini akan diuraikan mengenai deskripsi objek penelitian, prosedur pengumpulan data dan analisis data, serta keabsahan temuan.

BAB V : Penutup. Pada bab ini akan diuraikan mengenai kesimpulan dari hasil penelitian dan saran yang dari peneliti.