BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. GAMBARAN UMUM SUBJEK PENELITIAN

1) Profil Perusahaan

PT. Lintas Nusantara Abadi Transindo adalah perusahaan yang bergerak di bidang jasa angkutan barang (ekspedisi) yang fokus pada pengiriman pupuk dan bahan bangunan untuk wilayah Jawa Timur, Jawa Tengah dan Jawa Barat. Perusahaan ini didirikan oleh Soewito (Kwee Hong Wie) pada tanggal 9 Januari 2003. Perusahaan ini beralamat di Jl. Darmo Harapan III Blok EC. No. 41 Surabaya dan memiliki garasi di daerah Bringin Bendo Krian dan Sepanjang Sidoarjo.

2) Visi dan Misi Perusahaan

a. Visi

Menjadi perusahaan yang unggul, maju, dan berprestasi di bidang transportasi angkutan barang.

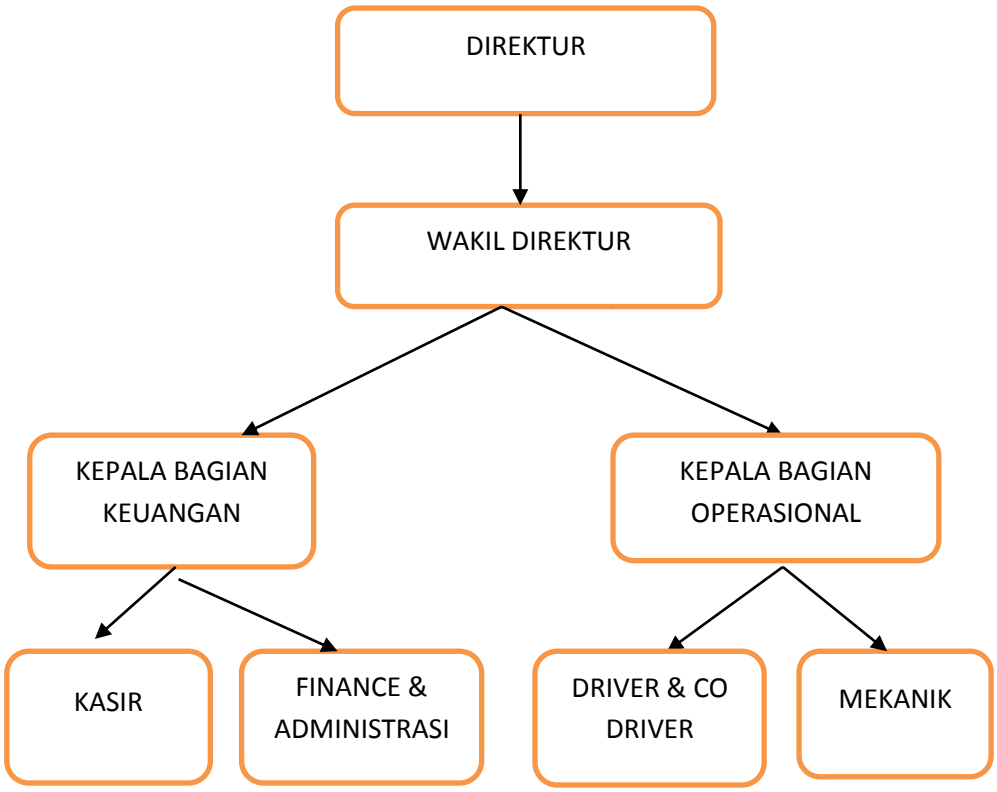
b. Misi

1. Berupaya memberikan pelayanan yang baik dalam bidang pelayanan jasa angkutan barang dengan ketepatan waktu dan harga yang kompetitif serta pemantauan pengiriman secara intensif.
2. Mengembangkan Sumber Daya Karyawan serta memberikan penghargaan atas prestasi kerja karyawan.
3. Berpartisispasi dalam upaya meningkatkan pertumbuhan ekonomi negara.

3) Struktur Organisasi

Guna memanajamen suatu perusahaan diperlukan struktur organisasi dalam sebuah perusahaan. Hal tersebut akan membantu perusahaan dalam mengatur, membagi tugas, wewenang, dan tanggung jawab setiap bagiannya. Dibawah ini merupakan struktur organisasi dari PT.Lintas Nusantara Abadi Transindo Surabaya :

PT LINTAS NUSANTARA ABADI TRANSINDO SURABAYA



Sumber : PT. Lintas Nusantara Abadi Transindo

Gambar 4.1 Struktur Organisasi

Berikut beberapa tugas dan tanggung jawab masing-masing bagian berdasarkan struktur organisasi PT. Lintas Nusantara Abadi Transindo Surabaya :

a. Direktur

Tugas seorang direktur disini yaitu bertanggung jawab dalam memimpin perusahaan. Direktur bertugas untuk mengawasi semua kegiatan yang ada diperusahaan mulai dari bagian administrasi hingga bagian operasional agar kegiatan perusahaan terlaksana dengan baik. Selain itu, direktur juga mempunyai wewenang bertindak dan mengambil keputusan dalam mengangkat dan memberhentikan karyawan.

b. Wakil Direktur

Mempunyai tugas untuk membantu direktur dalam melaksanakan kegiatan perusahaan seperti, membantu mengawasi semua kegiatan bagian adminstrasi hingga bagian operasionalkemudian melaporkan kepada direktur dan menggantikan direktur pada saat waktu tertentu.

c. Kepala Bagian Keuangan dan Administrasi

Tanggung jawab kepala bagian keuangan dan administrasi disini yaitu mengawasi kegiatan yang berhubungan denga keuangan dan admistrasi. Mempunyai tugas untuk mengecek kelancaran keuangan dan juga adminstrasi seperti keluar masuknya uang, perpajakan, dan surat jalan sopir.

d. Kepala Bagian Operasional

Tanggun jawab kepala bagian operasional disini yaitu bertanggung jawab atas kegiatan operasional perusahaan seperti mengatur

kebrangkatan dan kedatangan truk, mengatur order dari pelanggan, mengkoordinir kegiatan mekanik dan juga driver, menangani pelanggan, dan menangani masalah driver serta pelanggan dengan baik.

e. Kasir

Kasir mempunyai tugas untuk merekap bon sangu untuk driver, mencatat pengeluaran dan pemasukan harian, mengecek setoran, menerima dan mengeluarkan uang sesuai dengan peruntukkannya, serta melaporkan kegiatan ke kepala bagian keuangan dan administrasi.

f. Administrasi dan Finance

Tugas administrasi dan finance disini yaitu mencatat surat jalan masuk dan keluar, mengumpulkan surat jalan dari driver, membuat invoice tagihan dan melengkapi dokumen tagihan, mengecek kelengkapan dokumen, serta mengurus masalah pajak.

g. Driver CO Driver

Driver dan CO driver bertugas untuk mempersiapkan truk yang dipercayakan dengan seabik-baiknya, melaporkan masalah yang terjadi pada truk, mengirimkan barang ke tempat tujuan sesuai perintah, menerima dan mengirim surat jalan sesuai perintah, dan melakukan pengecekan surat jalan yang di bawa mulai dari kelengkapan tanda tangan dan stempel serta struk timbangan.

h. Mekanik

Tugas mekanik disini yaitu, bertanggung jawab atas pelaksanaan kegiatan untuk pemelharaan bengkel, menyediakan armada truk yang layak pakai, dan mengatasi kerusakan serta perbaikan truk.

B. DESKRIPSI HASIL PENELITIAN

Berdasarkan tujuan peneitian yang telah diungkap di muka, yaitu: (1) untuk menganalisis strategi *relationship marketing* yang diterapkan oleh PT. Lintas Nusantara Abadi Transindo dalam meningkatkan loyalitas pelanggan,; (2) untuk menganalisis hubungan baik yang diterapkan oleh PT. Lintas Nusantara Abadi Transindo dalam meningkatkan loyalitas pelanggan; (3) untuk menganalisis empati yang diterapkan oleh PT. Lintas Nusantara Abadi Transindo dalam meningkatkan loyalitas pelanggan; (4) Untuk menganalisis timbal balik yang diterapkan oleh PT. Lintas Nusantara Abadi Transindo dalam meningkatkan loyalitas pelanggan; (5) Untuk menganalisis kepercayaan yang diterapkan oleh PT. Lintas Nusantara Abadi Transindo dalam meningkatkan loyalitas pelanggan.

Berikut ini dipaparkan data hasil wawancara dengan beberapa informan di PT. Lintas Nusantara Abadi Transindo:

1) Strategi *Relationship Marketing* PT. Lintas Nusantara Abadi Transindo

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Haryanto Wibowo selaku Wakil Direktur di PT. Lintas Nusantara Abadi pada tanggal 20 Agustus 2018, dijelaskan bahwa jasa pengiriman yang dilakukan perusahaan adalah jasa pengiriman pupuk petroganik dan keramik menggunakan truk. Berikut hasil wawancara dengan Wakil Direktur dan Kepala Bagian Operasional tentang jasa pengiriman yang dilakukan oleh PT. Lintas Nusantara Abadi:

> *"Jasa yang kami tawarkan yaitu jasa pengiriman pupuk petroganik dan keramik menggunakan truk."*

"Pengiriman barang dengan jaminan tept waktu dan keamanan barang yang terjaga. Kami juga menawarkan muatan truk sesuai kapasitas nya, seperti truk gandeng dengan kapasitas antara 35 sampai 40 ton dan truk tronton sekitar kurang lebih 50 ton."

Jenis jasa pengiriman ini juga disampaikan oleh Ibu anni Fatimah:

"Jasa yang kami tawarkan yaa...pengiriman barang seperti pupuk dan keramik melalui jalur darat. Terus untuk mengangkut barangnya kita pakai truk."

"Mengirim barang dari satu daerah ke daerah lain. Kaya gini loh misalnya kita muat pupuk dari Blitar ke Gresik tarus muat keramik dari Subang ke Surabaya nah barang-barang itu kami muat berdasarkan kapasitas truk kami, kan kami punya beberapa jenis truk tuh laah kalau muat pupuk biasanya kita tawarkan pakai truk gandeng dengan kapasitas antara 35 sampai 40 ton, terus kalau muat keramik itu biasanya kita tawarin ke pelangan pakai truk Tronton yang kapasitasnya bisa sampai 50 ton."

Berdasarkan data wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa jasa yang di tawarkan oleh perusahaan adalah jasa pengiriman barang seperti pupuk dan keramik. Strategi *relationship marketing* yang dilakukan oleh PT. Lintas Nusantara Abadi Transindo adalah pengiriman barang dengan tepat waktu dan keamanan barang dengan baik. Selain itu perusahaan juga memberikan jaminan pengiriman barang sesuai dengan kapasitas kendaraan pengiriman.

Hal sependapat juga diungkapkan oleh ibu Nunik sebagai salah satu *customer* di PT. Lintas Nusantara Abadi:

"Sejak tahun 2016...sudah sekitar kurang lebih 2 tahun..."

"Dari data expeditur yang sudah ditentukan oleh Petrokimia Gresik..."

Ibu Evi dari CV. Sukmo Giri menambahkan:

"Sekitar kurang lebih tahun 2015."

"Dari Petrokimia Gresik, karena daftar ekspeditur sudah di tentukan."

Pernyataan di atas mengenai tanggapan *customer* tentang Relationship Marketing di PT. Lintas Nusantara Abadi juga disampaikan oleh ibu Nadia dari Admin Logistik PT.Gemilang Mitra Sejahtera:

"Sekitar kapan yaaa.. awal bulan Mei 2017 deh seingetku."

"PT. LNA Transindo sendiri, karena dari pihak sananya yang menawarkan ke kita untuk menggunakan jasa angkutannya."

Berdasarkan paparan informasi di atas dapat disimpulkan bahwa rata-rata *customer* telah melakukan kerjasama dengan PT. Lintas Nusantara Abadi Transindo dalam kurun waktu 1 sampai 2 tahun. Kebanyakan *customer* menggunakan jasa pengiriman barang dari PT. Lintas Nusantara Abadi Transindo dikarenakan adanya kerjasama dengan perusahaan lain seperti PT. Petrokimia Gresik.

2) Hubungan Baik PT.Lintas Nusantara Abadi Transindo

Berdasarkan wawancara peneliti dengan Bapak Haryanto (wakil direktur PT.Lintas Nusantara Abadi Transindo Surabaya), di jelaskan bahwa hubungan antara perusahaan dengan pelanggan baik. Berikut hasil wawancara dengan wakil direktur :

"Bisa, karena kami juga sudah menggunakan GPS untuk memantau perjalanan truk kami dan apabila ada keterlambatan atau terjadi sesuatu di jalan kami juga akan memeberi info kepada pelanggan."

Hubungan baik denga pelanggan juga di ungkapkan oleh kepala bagian operasional Ibu Ani Fatimah, yaitu :

"Ya bisa lah, kan perusahaan kita sudah menggunakan system GPS, jadi truk sampai mana truk lagi di mana kita bisa pantau, terus di info ke pelanggan."

Berdasarkan hasil wawancara di atas, dapat disimpulkan bahwa hubunga baik yang dilakukan oleh perusahaan diantaranya yaitu pemberitahuan informasi kepada pelanggan jika ada masalah di tengah jalan karena perusahaan telah mempunyai sistem GPS, jadi sebebelum pelanggan mengajukan komplain perusahaan sudah memeberi informasi terlebih dahulu.

Hal serupa juga dikatakan oleh beberapa *customer* menegnai hubungan baik antar perusahaan dengan pelanggan, antara lain :

Ibu Nunik (admin logistik PT. Kediri Tani) mengatakan :

"Kecepatan dalam pengiriman...dan tanggung jawab yang baik untuk mengangkut produk kami."

"Pastinya ada...tapi PT. LNA termasuk jasa ekspeditur yang kami percayakan menjadi transportir kepercayaan perusahaan kami.."

"Kecepatan dan ketepatan waktu dalam pengiriman, untuk lebih ditingkatkan lagi."

Nadia (Admin Logistik PT. Gemilang Mitra Sejahtera) juga mengungkapkan :

"Hahahahah... seperti yang aku bilang di awal tadi, tarifnya cocok lah ya."

"Nggak sih, soalnya kan kirim ke Jawa Timur jarang juga jadi ngga perlu banyak truk jadi di serahkan ke PT.LNA saja."

"Tetap di pertahankan kualitas pelayanannya kalau bisa di tingkatkan, oh iya sama satu lagi untuk pengembalian surat jalan ke kita tolong di percepat juga ya."

Hal serupa juga di ungkapkan oleh Evi (Admin Logistik CV.Sukmo Giri) :

"Pengirimannya tepat waktu, barang kami yang dimuat oleh PT.LNA aman dan terjaga."

"Iya, tetapi PT.LNA termasuk yang melakukan pelayanan dengan baik."

"Tetap menjaga pelayanan yang baik dan menjaga kepercayaan yang baik."

Berdasarkan wawnacara diaatas dapat diketahui hubungan baik antara perusahaan dengan pelangan dibuktikan dengan beberapa pendapat dari *customer*seperti tarif yang kompetitif, pengiriman tepat waktu, dan menjaga keamanan barang yang dimuat.

3) Empati PT. Lintas Nusantara Abadi Transindo

Empati yang besar selalu dilakukan PT. Lintas Nusantara Abadi Transindo untuk memberikan jaminan rasa puas *customer* terhadap pelayanan perusahaan. Berikut pernyataan bapak Haryanto Wibowo selaku Wakil Direktur:

"Pernah, kami mendapat komplain apabila waktu pengiriman tidak tepat yang disebabkan truk rusak dan jembatan atau jalan rusak sehingga harus

mengoper barang ke truk lain atau mengalihkan truk ke jalur lain yang bisa sampai ke tempat tujuan."

"Komplain tersebut kami tanggapi dan kemudian dicari solusinya, misal jalan rusak kita alihkan ke jalur lain sedangkan kalau truk rusak kita perbaiki atau barang yang kita muat di oper ke truk kita yang lain ."

Pernyataan yang sama juga disampaikan oleh Anni Fatimah selaku Kepala Bagian Operasional:

"Pernah sih, cuma ya jarang terjadi. Biasanya masalah barangnya kayak kok pupuknya ada yang rusak zaknya atau jumlahnya berkurang, terus keramiknya kok banyak yang pecah, kok estimasi biasanya 1 hari sampai, ini 2 hari kok belum sampai. Kayak gitu-gitu sih kebanyakan"

"Kami terima complain tersebut, terus kita berikan solusi kayak misalnya pupuknya rusak zaknya ya kita sarankan pelanggan untuk membekali sopir zak kosong kalau misalkan ada kerusakan zak bisa di ganti. Tapi biasanya ada perjanjian klaim barang rusak kok, jadi barang yang rusak itu berapa ya kita ganti dengan memotong tagiahan atau bisa di ganti langsung pas di tempat tujuan. Kayak kita muat keramik terus ada yang pecah kita ganti sesuai harga keramik tersebut. Kemudian kalau truk nya lambat nggak sampai tujuan tepat waktu kami cek GPS untuk mengetaui keberadaan armada tersebut lalu kami kabari pemilik barang dan meminta maaf serta memberikan penjelasan kenapa truknya telat kena tilang polisi, atau ban bocor, atau ada jembatan roboh jika ada keterlambatan atau ada masalah dengan armada kami."

Berdasarkan data di atas, dapat disimpulkan bahwa rasa empati yang dilakukan perusahaan kepada *customer* antara lain: selalu menanggapi komplain dari *customer* dengan baik dan memberikan solusi terhadap masalah tersebut. Selain itu, perusahaan juga selalu memastikan bahwa barang yang dipesan *customer* telah sampai tepat waktu tanpa kurang suatu apapun. Dengan adanya empati ini, diharapkan *customer* akan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh PT. Lintas Nusantara Abadi Transindo. Berikut adalah pernyataan dari beberapa *customer* agar perusahaan tetap mempertahankan rasa empatinya terhadap *customer:*

Pernyataan Ibu Nadia selaku Admin Logistik PT.Gemilang Mitra Sejahtera:

> *"Tetap di pertahankan kualitas pelayanannya kalau bisa di tingkatkan, oh iya sama satu lagi untuk pengembalian surat jalan ke kita tolong di percepat juga ya."*

Penyataan senada juga disampaikan oleh ibu Evi dari CV. Sukmo Giri:

> *"Iya kami puas, karena mampu mengirimkan barang kami dengan baik dapat dipercaya."*
>
> *"Selama ini kami belum pernah menyampaikan komplain."*
>
> *"Tetap menjaga pelayanan yang baik dan menjaga kepercayaan yang baik."*

Pernyataan yang sama juga disampaikan oleh ibu Nunik dari PT.Kediri Tani:

> *"Untuk sementara selama ini kami belum pernah menyampaikan komplain ke PT. LNA..."*
>
> *"Kecepatan dan ketepatan waktu dalam pengiriman, untuk lebih ditingkatkan lagi..."*

Berdasarkan pernyataan di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa *customer* merasa puas dengan kualitas pelayanan dan rasa empati yang diberikan perusahaan. Namun, disisi lain para *customer* tetap memberikan bebeapa masukan untuk perusahaan agar tetap mempertahankan kualitas layanan perusahaan, seperti: meningkatkan kualitas layanan, tetap menjaga kualitas layanan dan kepercayaan *customer*, meningkatkan kecepatan dan ketepatan dalam hal pengiriman.

4) Hubungan Timbal Balik PT. Lintas Nusantara Abadi Transindo

Dalam rangka untuk memastikan bahwa hubungan timbal balik antara *customer* dan perusahaan dapat berjalan dengan baik, perusahaan selalu berusaha memastikan bahwa pengiriman barang dilakukan tepat waktu sesuai dengan surat perjanjian dan *customer* dapat melakukan pelacakan status pengiriman barang., seperti yang telah disampaikan oleh bapak Haryanto Wibowo:

> *"Tentu kami memberikan tarif yang kompetitif dibandingkan dengan perusahaan sejenis lainnya. Tetapi tarif yang kami tawarkan juga sesuai dengan situasi yang ada seperti kenaikan BBM, pajak, peralihan rute dan sebagainya."*
>
> *"Kami mampu mengirimkan barang sesuai waktu yang diinginkan dengan mempertimbangkan jarak tempuh dan kondisi jalan serta kondisi truk."*

Pernyataan yang sama juga disampaikan oleh ibu Anni Fatimah:

> *"Kalau itu sudah pasti lah, cuma kita juga menyesuaikan tariff sesuai dengan kondis iekonomi yang berlaku. Kayak misalnya harga BBM naik ya tarif kita naikkan sedikit lah tapi kalau harga BBM turun atau stabil ya kita berusaha pakai tarif yang pas di kantong, eh apa sih pokoknya gitu lah*

tarifnya juga di murahin. Kan kita juga ada tender dan penawaran tarif juga sebelum pelanggan menggunakan jasa kita"

"Semaksimal mungkin kita usahakan tepat waktu ngirim barangnya, cuma kan yang namanya di jalan itu juga kita ngga bisa memprediksi. Perjalanan biasanya di tentukan oleh kondisi lalu lintas sama kondisi truknya. Dulu pernah di daerah Jawa Barat itu ada jembatan roboh dan perbaikannya butuh waktu lama, ya mau nggak mau truk tetep jalan dan di alihkan lewat jalur lain yang lebih jauh. Terus kayak yang saya omongin tadi kadang-kadang di tengah jalan ban truk bocor, tapi semua itu kita tetap antisipasi bagaimana agar barang bisa sampai ke tempat tujuan."

Berdasarkan hasil wawancara di atas, dapat disimpulkan bahwa untuk memastikan hubungan timbal balik antara *customer* dan PT. Lintas Nusantara Abadi Transindo dapat berjalan dengan baik, perusahaan selalu memastikan bahwa pengiriman barang dilakukan tepat waktu sesuai dengan surat perjanjian dan *customer* juga dapat melakukan pengecekan status pengiriman barang pesanan. Selain itu perusahaan juga memberikan jaminan harga yang kompetitif untu para *customer.*

Kedua pernyataan di atas mengenai hubungan timbal balik antara *customer* dan perusahaan tersebut juga diperkuat dengan jawaban para *customer*, antara lain:

Pernyataan ibu Nadia dari Admin Logistik PT.Gemilang Mtra Sejahtera:

"Emhhhhh... boleh lah ya, lagian kan PT.LNA Transindo juga kerjasamanya sudah bnyak kok dengan perusahaan-perusahaan besar."

"Ya tentu, karena kami sudah percaya dan tarifnya juga cocok."

Pernyataan ibu Evi dari CV. Sukmo Giri:

"Iya, karena selama bekerjasama dengan kami pelayanan nya baik dan dapat dipercaya."

"Iya, karena pelayanannya baik dan dapat dipercaya."

Pernyataan yang sama juga disampaikan oleh Ibu Nunik dari PT.Kediri Tani:

"Pastinya...karena dari pengalaman perusahaan kami yang telah puas menggunakan jasa dari PT. LNA, maka dari itu kami berani merekomendasikan ke perusahaan lain..."

Berdasarkan hasil wawancara di atas, para *customer* menyatakan puas dengan layanan jasa pengiriman yang dilakukan oleh PT. Lintas Nusantara Abadi Transindo dan merasa cocok dengan harga yang diberikan oleh perusahaan. Selain itu, mereka juga akan merekomendasikan PT. Lintas Nusantara Abadi Transindo kepada perusahaan lain.

5) Kepercayaan PT. Lintas Nusantara Abadi Transindo

Kepercayaan merupakan hal yang sangat penting dalam suatu kerjasama. Begitu pula dengan PT. Lintas Nusantara Abadi Transindo yang selalu berusaha menjaga kepercayaan para *customer*.Hal ini dibuktikan dengan beberapa pernyataan *customer* tentang pelayanan PT. Lintas Nusantara Abadi Transindo:

Pernyataan ibu Nadia dari Admin Logistik PT.Gemilang Mtra Sejahtera:

"Karena tarifnya lumayan kompetitif sih setelah kami hitung-hitung mangkanya kami mau menggunakan jasanya, kemudian juga sudah bekerjasama dengan perusahaan besar yang lain seperti petrokimia dan mulia keramik."

“Baik kok, pengiriman barangnya juga tepat waktu, cuma kan kadang ada beberapa kendala seperti ada masalah di jalan terus kadang truknya rusak di jalan tapi biasanya langsung di tangani dengan baik sama PT.LNA transindo nya sendiri.”

Hal senada juga di sampaikan oleh ibu Evi dari CV. Sukmo Giri:

”Karena rekomendasi dari Petrokimia Gresik, jadikami mau menggunakan jasa PT. LNA”

“Sangat baik, pengiriman barang selalu tepat waktu dan selalu memberi informasi apabila ada masalah pengiriman.”

Ibu Nunik dari PT.Kediri Tani juga menambahkan:

”Karena berawal dari kerjasama yang baik, makanya kami mempercayakan perusahaan kami untuk terus melanjutkan kerjasama dengan PT. LNA”

“Sangat memuaskan...makanya kedepannya kami tetap menggunakan jasa PT.LN, karean dari pengalaman kerjasama yang baik dan kepercayaan yang saling terjaga...”

Berdasarkan data wawancara di atas, dapat disimpulkan bahwa *customer* merasa percaya dengan pelayanan yang diberikan PT. Lintas Nusantara Abadi Transindo. Hal ini dikarenakan PT. Lintas Nusantara Abadi Transindo selalu mengirimkan barang pesanan tepat waktu, mengkonfirmasi kepada *customer* saat ada kendala ataupun masalah dalam hal pengiriman dan hara yang diberikan kompetitif. Kepercayaan *customer* dengan PT. Lintas Nusantara Abadi Transindo dapat dibuktikan dengan berapa lama waktu kerjasama yang telah dilakukan perusahaan dengan *customer:*

Bapak Haryanto Wibowo sebagai Wakil Direktur mengungkapkan:

"Untuk saat ini terdapat 8 pelanggan yang sudah menjalin kerjasama. Rata-rata melakukan kerjasama sekitar kurang dari 1 tahun sampai 5 tahun."

"Setiap kurang lebih 2 tahun sekali mendapatkan 1 sampai dengan 2 pelanggan baru."

Hal sama juga disampaikan oleh ibu Anni Fatimah selaku Kepala Bagian Operasional di PT. Lintas Nusantara Abadi Transindo:

"Rata-rata sekitar berapa ya, eemmhh, sekitar 7 lah ya yang tetap, soalnya kan kadang ada yang menggunakan jasa kita cuma sekali dua kali aja munkin karena mereka yang menggunakan jasa kita cuma sekali dua kali itu pas lagi banyak produksi dan kalau lagi produksi sedikit ya pakai truk mereka sendiri. Kalau lama kerjasama macam-macam sih ada yang udah 5 tahun ada yang baru 2 tahun ada yang baru belum ada 1 tahun juga."

"Nggak tentu juga sih, maksudnya ngga setiap tahun kita tambah pelanggan gitu. Karena kan kita fokusnya ke yang langganan atau ajeg aja pakai truk kita, tapi kalau misalkan ada yang mau pakai jasa kita ya kita terima soalnya kan kalau truk nya kurang juga kita nggak bisa muat banyak-banyak."

Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa rata-rata *customer* telah melakukan kerjasama dengan PT. Lintas Nusantara Abadi Transindo kurang lebih dalam kurun waktu 1 sampai 5 tahun dan hampir setiap tahun *customer* PT. Lintas Nusantara Abadi Transindo selalu bertambah.

C. PEMBAHASAN

1) Strategi *Relationship Marketing* PT. Lintas Nusantara Abadi Transindo.

Tentang Strategi *relationship marketing* PT. Lintas Nusantara Abadi Transindo. Jasa yang di tawarkan oleh perusahaan adalah jasa pengiriman barang seperti pupuk dan keramik. Strategi *relationship marketing* yang dilakukan oleh PT. Lintas Nusantara Abadi Transindo adalah pengiriman barang dengan tepat waktu dan menjaga keamanan barang yang dikirim dengan baik. Selain itu perusahaan juga memberikan jaminan pengiriman barang sesuai dengan kapasitas kendaraan pengiriman. Rata-rata *customer* telah melakukan kerjasama dengan PT. Lintas Nusantara Abadi Transindo dalam kurun waktu 1 sampai 2 tahun. Kebanyakan *customer* menggunakan jasa pengiriman barang dari PT. Lintas Nusantara Abadi Transindo dikarenakan adanya kerjasama dengan perusahaan lain seperti PT. Petrokimia Gresik.

Strategi Relationship Marketing diperlukan perusahaan sebagai upaya untuk mengembangkan relasi berkesinambungan dengan para *customer* perusahaan.*Relationship Marketing* digunakan perusahaan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap suatu produk atau jasa yang dimiliki perusahaan. Sebagaimana yang telah dijelaskan oleh Tandjung (2004:89) mengatakan bahwa *relationship marketing* merupakan suatu kegiatan untuk menumbuhkan, mengembangkan, dan memelihara hubungan dalam jangka waktu yang lama yang memuaskan beberapa pihak diantaranya yaitu pelanggan, pemasok, karyawan, dan pihak-pihak yang lain untuk saling menguntungkan.

Penelitian Fatoni (2012) tentang "Pengaruh *Relationship Marketing* Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Titipan Kilat Pekanbaru". Hasil penelitian menunjukan bahwa skor loyalitas pelanggan sangat tinggi dan relationship marketing berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

2) Hubungan Baik PT. Lintas Nusantara Abadi Transindo.

Tentang hubungan baik PT. Lintas Nusantara Abadi Transindo. Hubungan baik yang dilakukan oleh perusahaan diantaranya yaitu pemberitahuan informasi kepada pelanggan jika ada masalah di tengah jalan karena perusahaan telah mempunyai sistem GPS, jadi sebelum pelanggan mengajukan komplain perusahaan sudah memeberi informasi terlebih dahulu. Hubungan baik antara perusahaan dengan pelangan dibuktikan dengan beberapa pendapat dari *customer*seperti tarif yang kompetitif, pengiriman tepat waktu, dan menjaga keamanan barang yang dimuat.

Hubungan baik dengan *customer* perlu dilakukan perusahaan untuk menciptakan rasa puas *customer* dengan kualitas layanan yang diberikan perusahaan. Sebagaimana yang telah disampaikan oleh Tandjung (2004:89), antara kedua belah pihak, perusahaan dan *customer* harus ada hubungan baik. Jika tidak memiliki hubungan baik maka pelanggan akan beralih ke perusahaan lain.

Hal senada juga telah dijelaskan dalam penelitian Achmad, (2013) tentang *"*Pengaruh *Customer Relationship Marketing (CRM)* Terhadap Loyalitas Pengguna Matahari Club Card (MCC) Pada Matahari Departmen Store Mal SKA Pekanbaru" Hasil penelitian menunjukan bahwapengguna MCC memiliki komitmen, kepercayaan, empati, kepuasan, dankomunikasi yang baik dengan

Matahari Departemen Store Mal SKA Pekanbaru serta Customer Relationship Marketing berpengaruh secara simultan dan dominan terhadap loyalitas pengguna MCC.

3) Empati PT. Lintas Nusantara Abadi Transindo.

Tentang Empati PT. Lintas Nusantara Abadi Transindo. Rasa empati yang dilakukan perusahaan kepada *customer* antara lain: selalu menanggapi komplain dari *customer* dengan baik dan memberikan solusi terhadap masalah tersebut. Selain itu, perusahaan juga selalu memastikan bahwa barang yang dipesan *customer* telah sampai tepat waktu tanpa kurang suatu apapun. Dengan adanya empati ini, diharapkan *customer* akan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh PT. Lintas Nusantara Abadi Transindo.Berdasarkan hasil wawancara, beberapa *customer* merasa puas dengan kualitas pelayanan dan rasa empati yang diberikan perusahaan. Namun, disisi lain para *customer* tetap memberikan beberapa masukan untuk perusahaan agar tetap mempertahankan kualitas layanan perusahaan, seperti: meningkatkan kualitas layanan, tetap menjaga kualitas layanan dan kepercayaan *customer*, meningkatkan kecepatan dan ketepatan dalam hal pengiriman.

Rasa empati yang dilakukan perusahaan terhadap *customer* menjadi hal yang sangat penting untuk memberikan jaminan kepuasan untuk *customer* saat memakai jasa perusahaan. Seperti yang telah disampaikan pada bab II, perusahaan harus mempunyai rasa empati atau peduli dengan pelangganya. Perusahaan harus mampu mengatasi masalah yang sedang dihadapi oleh pelanggan dan memperhatikan dari segi manakah suatu masalah itu dapat diatasi (Tandjung: 2004, 89).

Penelitian Rahmawati (2013) tentang "Pengaruh *Relationship Marketing* Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Malang". Hasil penelitian ini menunjukan bahwa strategi pemasaran yang digunakan ialah pemahaman terhadap pelanggan *(Understanding Customer Expectation),* membangun pelayanan kemitraan dengan pelanggan *(Building Service Partnership),* manajemen terpadu yang dimiliki perusahaan (*Total Quality Management),* serta pemberdayaan karyawan *(Empowering Employes)* yang secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Malang, namun belum terdapat pengaruh positif secara persial.

4) Hubungan Timbal Balik PT. Lintas Nusantara Abadi Transindo.

Berkaitan dengan hubungan timbal balik antara *customer* dengan perusahaan, perlu di perhatikan beberapa kegiatan bahwa untuk memastikan hubungan timbal balik antara *customer* dan PT. Lintas Nusantara Abadi Transindo dapat berjalan dengan baik, perusahaan selalu memastikan bahwa pengiriman barang dilakukan tepat waktu sesuai dengan surat perjanjian dan *customer* juga dapat melakukan pengecekan status pengiriman barang pesanan. Selain itu perusahaan juga memberikan jaminan harga yang kompetitif untuk para *customer.*

Begitu pula para *customer, mereka* menyatakan puas dengan layanan jasa pengiriman yang dilakukan oleh PT. Lintas Nusantara Abadi Transindo dan merasa cocok dengan harga yang diberikan oleh perusahaan. Selain itu, mereka juga akan merekomendasikan PT. Lintas Nusantara Abadi Transindo kepada perusahaan lain.

5) Kepercayaan PT. Lintas Nusantara Abadi Transindo.

Tentang kepercayaan PT. Lintas Nusantara Abadi Transindo. Berdasarkan hasil wawancara, beberapa *customer* sudah merasa percaya dengan pelayanan yang diberikan PT. Lintas Nusantara Abadi Transindo. Hal ini dikarenakan PT. Lintas Nusantara Abadi Transindo selalu mengirimkan barang pesanan tepat waktu, mengkonfirmasi kepada *customer* saat ada kendala ataupun masalah dalam hal pengiriman dan harga yang diberikan kompetitif. Rata-rata *customer* telah melakukan kerjasama dengan PT. Lintas Nusantara Abadi Transindo kurang lebih dalam kurun waktu 1 samapai 5 tahun dan hampir setiap tahun *customer* PT. Lintas Nusantara Abadi Transindo selalu bertambah.

Kepercayaan menjadi komponen yang sangat penting untuk meningkatkan loyalitas pelanggan. Dengan adanya kepercayaan pelanggan akan merasa puas dengan produk atau jasa yang dimiliki perusahaan dan akan timbul keinginan untuk melakukan pembelian atau pemakaian ulang produk atau jasa perusahaan. Seperti yang telah dijelaskan oleh Tandjung (2004:89), jika perusahaan dan pelanggan memiliki suatu ikatan yang kuat maka akan timbul rasa percaya untuk meningkatkan suatu hubungan.