

BAB I

LATAR BELAKANG

1.1 Latar Belakang

Industri konveksi di Indonesia semakin berkembang dari waktu ke waktu, sementara itu para pemilik modal semakin kompetitif dalam mendirikan dan mengelola bisnis yang digelutinya. Oleh karena itu, persaingan semakin ketat ini menuntut setiap industri konveksi harus semakin pandai dalam menetapkan strategi. Pada kondisi ini berbagai cara yang dilakukan oleh industri konveksi demi mendapatkan perhatian dari konsumen sehingga dapat menciptakan dan membentuk loyalitas.

Untuk dapat mewujudkan loyalitas pelanggan yang dibutuhkan industri adalah dengan menciptakan kepercayaan pelanggan terhadap industri. Konsep loyalitas merupakan konsep dasar yang memahami hubungan pemasaran. Karena pada hakikatnya loyalitas berkaitan dengan faktor internal dalam setiap industri. Bagi industri memandang penting loyalitas merupakan perwujudan moral yang positif pelanggan terhadap industri. Loyalitas juga merupakan kepercayaan pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk / jasa terpilih secara konsisten di masa yang akan datang. Sebab, dimata pelanggan industri yang terpercaya adalah jaminan atas konsistensi kinerja suatu produk dan menyediakan manfaat apapun yang dicari oleh pelanggan ketika membeli produk dari industri tersebut.

Kepercayaan merupakan hal yang penting karena membantu mengatur kompleksitas, membantu mengembangkan kapasitas aksi, meningkatkan kolaborasi dan meningkatkan kemampuan pembelajaran organisasi. Kunci yang sangat penting dalam membangun kepercayaan yang tinggi dalam organisasi adalah pencapaian hasil, bertindak dengan integritas, dan pendemonstrasian perhatian. Peningkatan tingkat kepercayaan membutuhkan keseimbangan dari hal-hal penting yang telah tersebut di atas, meskipun ada konflik di antara para pihak dalam organisasi. Tindakan penyeimbangan membutuhkan desain organisasi yang dapat mendukung kepercayaan, baik struktur organisasi maupun budaya tidak formal.

Konsep kepercayaan telah menjadi faktor yang sangat dominan terhadap keberhasilan organisasi, baik organisasi profit maupun non profit. Karena apabila pelanggan atau konsumen merasa percaya bahwa barang / jasa yang diterimanya baik atau sesuai harapan, maka pelanggan akan merasa puas dan mempunyai kepercayaan menjadi pelanggan yang loyal. Pelanggan yang puas dan percaya terhadap barang / jasa, maka akan dengan mudah membentuk niatnya dalam membeli ulang dan berkecenderungan akan mempersering pembelian barang / jasa, serta semakin loyal terhadap barang / jasa tersebut. Pada akhirnya terbentuklah hubungan jangka panjang antara konsumen dengan produsen.

Bagi setiap badan usaha, kepercayaan merupakan faktor penting dalam usaha untuk membentuk loyalitas kepada para pelanggannya. Bila pelanggan merasa tidak puas dapat menyebabkan pelanggan tersebut pindah ke badan usaha lainnya, sehingga akan merugikan badan usaha tersebut. Loyalitas pelanggan akan terbangun ketika terdapat kepercayaan pelanggan terhadap barang / jasa yang baik atau sesuai harapan. Kepercayaan sebagai pernyataan yang melibatkan harapan positif yang meyakinkan berkenaan dengan seseorang dalam sesuatu yang beresiko, dalam hal ini kepercayaan merupakan keyakinan yang dimiliki pelanggan terhadap suatu industri bahwa industri akan bersikap baik terhadap konsumennya. Pelanggan yang percaya terhadap suatu industri maka konsumen tersebut akan memiliki keyakinan bahwa industri tersebut pasti akan memenuhi komitmen perusahaan tersebut dan juga merupakan suatu keyakinan bahwa maksud dan motivasi industri akan membawa keuntungan bagi pelanggan dan tidak akan berpengaruh negatif dan merugikan pelanggan.

Dalam mempertahankan hubungan antara industri dan konsumen, maka hal yang dilakukan oleh industri berupa meningkatkan loyalitas pelanggan. Hal ini juga dilakukan oleh Konveksi Aria Kaos Gorontalo selalu berupaya untuk memproduksi barang yang baik bagi pelanggannya, berusaha lebih dekat dengan pelanggan melalui berbagai macam pendekatan misalnya dengan meningkatkan kepercayaan pelanggan. Agar memperoleh posisi yang lebih baik dalam memasarkan produk / jasa

dan untuk mengantisipasi ketatnya persaingan, maka Konveksi Aria Kaos Gorontalo meningkatkan kepercayaan pelanggan yang baik sehingga terciptanya loyalitas pelanggan.

Pelanggan akan loyal terhadap Konveksi Aria Kaos Gorontalo jika pelanggan tersebut memiliki kepercayaan bahwa industri kompeten dan dapat konsisten menepati janjinya dalam pengambilan order yang tepat pada waktunya. Namun, masih ada beberapa pesanan yang pengambilannya tidak tepat pada waktunya, namun industri berusaha memeberikan pengertian kepada pelanggan dengan banyaknya jumlah orderan/pesanan, misalnya pada saat tahun ajaran baru dan menjelang keegiatan tujuh belasan (HUT Kemerdekaan RI). Pelanggan juga akan loyal jika terdapat kualitas produk yang baik dari Konveksi Aria Kaos Gorontalo terhadap pelanggannya dan akan bertanggung jawab serta siap melayani ketika terjadi keluhan dan permasalahan terhadap produk konveksi.

Selain itu, Konveksi Aria Kaos Gorontalo membangun kepercayaan dengan pelanggannya yakni apabila terdapat kerusakan pada produk atau produk tidak sesuai harapan pelanggan, maka produk tersebut dapat dikembalikan dan diperbaiki kembali oleh Konveksi Aria Kaos Gorontalo. Oleh karena itu, sebelum produk di serahkan kepada pelanggan maka Konveksi Aria Kaos Gorontalo melakukan penyortiran atau pemeriksaan kembali kualitas dan kerusakan yang ada pada produk tersebut sebelum dipermak. Karena, salah satu syarat agar sukses dalam persaingan

adalah berusaha mencapai tujuan dengan menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Pelanggan akan terus bertahan pada suatu produk dan suatu industri ketika terdapat kepercayaan pelanggan terhadap produk dan industri tersebut. Oleh karena itu, pelanggan yang ada di Konveksi Aria Kaos Kota Gorontalo bukan hanya berasal dari kota Gorontalo saja melainkan ada beberapa pelanggan yang loyal yang berasal dari luar daerah Gorontalo diantaranya Luwuk, Banggai, Pagimana, Parigi, Buol, Bolmut, Boltim, Bolsel, Kotamobagu bahkan ada yang dari Papua.

Sebagai gambaran awal berikut ini akan disajikan perkembangan jumlah pelanggan pada perusahaan Konveksi Aria Kaos Gorontalo dari tahun 2014 s/d tahun 2016 yang dapat dilihat melalui tabel berikut ini :

Tabel 1.1

Perkembangan Jumlah Pelanggan Tahun 2014 s/d Tahun 2016

Produk	Tahun Dalam Pelanggan		
	2014	2015	2016
Kaos Olahraga	188	208	211
Kemeja / Batik	34	32	46
Jaket – Rompi	5	8	12
Atribut Sekolah	39	44	63
JUMLAH PELANGGAN	266	292	332
PERKEMBANGAN JUMLAH PELANGGAN(%)	-	9,77	13,70

Sumber : Konveksi Aria Kaos Gorontalo Tahun 2016

Dari data tersebut di atas nampak bahwa perkembangan jumlah pelanggan selama tiga tahun terakhir ini (tahun 2014 s/d tahun 2016) senantiasa mengalami peningkatan setiap tahunnya, dimana rata-rata perkembangan jumlah pelanggan mengalami peningkatan sebesar 11,74% setiap tahunnya, hal ini dapat dilihat bahwa pada tahun 2015 perkembangan jumlah pelanggan meningkat sebesar 9,77%, dan tahun 2016 mengalami peningkatan sebesar 13,70%. Peningkatan pelanggan pada Konveksi Aria Kaos Gorontalo tersebut disebabkan oleh kepercayaan pelanggan bahwa Konveksi Aria Kaos Gorontalo kompeten dalam hal ini kualitas jahitan dan sablonan yang ada pada Konveksi Aria Kaos Gorontalo sangat baik. Karena proses jahitan menggunakan mesin yang berkualitas, dan sablon yang ada pada Konveksi Aria Kaos Gorontalo sudah menggunakan mesin digital sablon dan ada pula alat sablon manual, serta karyawan yang tlaten atas produk yang dihasilkan yang membuat konsumen merasa puas.

Konveksi Aria Kaos Gorontalo dapat konsisten menepati janjinya dalam pengambilan order yang tepat pada waktunya. Selain itu juga pelanggan yang loyal pada Konveksi Aria Kaos yang sudah menjadi pelanggan tetap dari beberapa tahun terakhir yakni dari berbagai macam sekolah berupa PAUD, TK SD, SMP dan SMA, Sedangkan pada instansi berupa PUSKESMAS, KPPN, POLRES, PGRI, IDI, IBI, HKN, TAGANA. Selain pelanggan yang loyal, konveksi Aria Kaos juga mempunyai pelanggan yang tidak tetap, mereka biasanya terdiri dari berbagai macam

pelanggan seperti komunitas motor, COC bahkan ada juga dari alumni yang mengadakan acara reuni yang memesan kostum pada konveksi Aria Kaos. Adapula pelanggan yang hanya menggunakan produk tambahan berupa jasa sablonan, permak pakaian tanpa membeli produk utama.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis mengangkat judul “Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Konveksi Aria Kaos Gorontalo”.

1.2 Identifikasi Masalah

Adapun yang menjadi identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Kepercayaan yang dibangun perusahaan konveksi aria kaos Gorontalo belum optimal.
2. Bertanggung jawab dan siap melayani ketika terjadi keluhan dan permasalahan terhadap produk konveksi.
3. Bertambahnya jumlah pelanggan pada konveksi aria kaos gorontalo sehingga mengindikasikan loyalitas pelanggan.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan sebelumnya, Maka perumusan masalah dalam penelitian ini “Apakah terdapat pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan pada Konveksi Aria Kaos Gorontalo”.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penulisan penelitian ini untuk mengetahui “Apakah terdapat pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan pada Konveksi Aria Kaos Gorontalo”.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat teoritis, diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi ilmu penelitian khususnya bidang Manajemen Pemasaran terutama yang mengkaji tentang pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan, serta diharapkan dapat bermanfaat dalam ilmu administrasi bisnis. Diharapkan dapat membantu, sebagai bahan referensi dalam penelitian lanjutan.
2. Manfaat praktis, diharapkan dapat menjadi masukan bagi:
 - a. Bagi Konsumen
Diharapkan dapat menambah wawasan konsumen terhadap kepercayaan dan loyalitas pelanggan.
 - b. Bagi Industri
Diharapkan dapat menjadi acuan/ referensi bagi perusahaan untuk lebih memperhatikan pentingnya pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas.