

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Dalam era globalisasi dan persaingan bisnis yang semakin ketat, industri perikanan Indonesia menghadapi tantangan besar dalam mempertahankan posisi kompetitifnya. Sektor perikanan merupakan salah satu sektor unggulan Indonesia yang memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian nasional, baik dari segi pendapatan devisa negara maupun penyediaan lapangan kerja. Menurut data Kementerian Kelautan dan Perikanan (KKP, 2013), sektor perikanan Indonesia memiliki potensi produksi yang sangat besar dengan wilayah perairan yang mencapai 5,8 juta km².

Perkembangan industri perikanan yang pesat telah mendorong munculnya berbagai perusahaan yang bergerak dalam bidang budidaya ikan, termasuk PD. Afat's Fish Farm. Sebagai salah satu pelaku usaha di bidang budidaya ikan, PD. Afat's Fish Farm menghadapi persaingan yang tidak hanya berasal dari kompetitor lokal, tetapi juga dari produk impor yang semakin membanjiri pasar domestik (Sari & Setiawan, 2011). Kondisi ini menuntut perusahaan untuk tidak hanya fokus pada kualitas produk, tetapi juga pada aspek-aspek yang dapat membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

Loyalitas pelanggan telah menjadi salah satu faktor kunci keberhasilan bisnis dalam jangka panjang. Pelanggan yang loyal tidak hanya akan melakukan pembelian berulang, tetapi juga akan merekomendasikan produk atau jasa kepada orang lain, sehingga dapat mengurangi biaya pemasaran dan meningkatkan

profitabilitas perusahaan (Kotler & Keller, 2011). Dalam konteks industri perikanan, loyalitas pelanggan menjadi sangat penting mengingat karakteristik produk ikan yang mudah rusak (*perishable*) dan memerlukan penanganan khusus. Oleh karena itu, kepercayaan pelanggan terhadap kualitas dan keamanan produk menjadi faktor yang sangat krusial (Laksana, 2009).

Kepercayaan (*trust*) merupakan fondasi utama dalam membangun hubungan bisnis yang berkelanjutan. Dalam industri perikanan, kepercayaan tidak hanya berkaitan dengan kualitas produk, tetapi juga meliputi aspek-aspek seperti ketepatan waktu pengiriman, konsistensi kualitas, kejujuran dalam komunikasi, dan kemampuan perusahaan untuk memenuhi janji-janji yang telah dibuat kepada pelanggan (Gefen, 2000). Kepercayaan yang terbangun dengan baik akan menciptakan rasa aman bagi pelanggan dalam melakukan transaksi dan pada akhirnya akan mendorong mereka untuk tetap setia menggunakan produk atau jasa perusahaan.

Penelitian-penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Morgan dan Hunt (1994) dalam teori *Commitment-Trust Relationship Marketing* menyatakan bahwa kepercayaan merupakan salah satu mediator kunci yang memengaruhi komitmen pelanggan, yang pada gilirannya akan memengaruhi loyalitas. Demikian pula, penelitian yang dilakukan oleh Chaudhuri dan Holbrook (2001) menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan baik dalam konteks loyalitas sikap maupun loyalitas perilaku.

Namun demikian, penelitian mengenai pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan dalam konteks industri perikanan, khususnya pada perusahaan budidaya ikan seperti PD. Afat's Fish Farm, masih relatif terbatas. Padahal, industri ini memiliki karakteristik yang unik dibandingkan dengan industri lainnya, seperti sifat produk yang mudah rusak (*perishable*), ketergantungan pada faktor alam, dan tingkat risiko yang tinggi dalam hal keamanan pangan (FAO, 2010). Karakteristik-karakteristik ini membuat dimensi kepercayaan dalam industri perikanan menjadi lebih kompleks dan memerlukan pendekatan yang lebih spesifik.

PD. Afat's Fish Farm sebagai objek penelitian dipilih karena perusahaan ini telah beroperasi dalam industri budidaya ikan selama beberapa tahun dan memiliki basis pelanggan yang cukup beragam, mulai dari pedagang eceran hingga restoran dan hotel. Perusahaan ini juga menghadapi berbagai tantangan dalam mempertahankan loyalitas pelanggannya, terutama dalam menghadapi persaingan dari kompetitor yang menawarkan harga lebih murah atau kemudahan dalam hal pembayaran dan pengiriman.

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan, PD. Afat's Fish Farm mengalami fluktuasi dalam tingkat loyalitas pelanggannya. Beberapa pelanggan lama mulai beralih ke kompetitor, sementara pelanggan baru sulit untuk dipertahankan dalam jangka panjang. Fenomena ini mengindikasikan adanya permasalahan dalam membangun dan mempertahankan kepercayaan pelanggan. Permasalahan tersebut tampak pada aspek konsistensi kualitas produk yang belum sepenuhnya terjaga, ketepatan waktu pengiriman yang kadang tidak sesuai dengan

kesepakatan, serta komunikasi perusahaan dengan pelanggan yang dinilai belum optimal. Kondisi ini mengakibatkan munculnya keraguan pelanggan terhadap kemampuan perusahaan dalam memenuhi janji dan ekspektasi mereka, sehingga berdampak langsung pada penurunan tingkat loyalitas pelanggan.

Dengan demikian, permasalahan utama dalam penelitian ini terletak pada bagaimana PD. Afat's Fish Farm mampu memperkuat kepercayaan pelanggan melalui pengelolaan kualitas, ketepatan pelayanan, serta transparansi komunikasi, agar loyalitas pelanggan dapat terjaga dan ditingkatkan di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat.

Oleh karena itu, penelitian ini menjadi sangat penting untuk dilakukan guna mengidentifikasi sejauh mana pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan pada PD. Afat's Fish Farm, serta memberikan rekomendasi strategi yang relevan bagi perusahaan dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat.

Berawal dari latar belakang masalah di atas, penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada PD. Afat's Fish Farm.”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan masalah pokok yang dibahas dalam latar belakang penelitian, adapun identifikasi masalah yang diungkapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Kepercayaan pada PD. Afat's Fish Farm.
2. Bagaimana Loyalitas Pelanggan pada PD. Afat's Fish Farm.

3. Bagaimana Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada PD. Afat's Fish Farm.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan yang ingin dicapai dari pelaksanaan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis:

1. Kepercayaan pada PD. Afat's Fish Farm.
2. Loyalitas Pelanggan pada PD. Afat's Fish Farm.
3. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada PD. Afat's Fish Farm.

1.4 Kegunaan Hasil Penelitian

Hasil penelitian yang diperoleh diharapkan dapat berguna untuk:

1. Pengembangan Ilmu Pengetahuan

Dapat memberikan pemahaman dan menambah wawasan serta pengetahuan, khususnya dalam bidang kajian ilmu pemasaran yang lebih dikhususkan lagi dalam kajian kepercayaan dan loyalitas pelanggan suatu perusahaan.

2. Terapan Ilmu Pengetahuan

- a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan terutama mengenai upaya membangun loyalitas pelanggan melalui kepercayaan, dengan penerapan ilmu dan teori-teori yang diperoleh selama masa perkuliahan dan melakukan perbandingan dengan kenyataan yang terjadi di dunia usaha.

b. Bagi Perusahaan

Mengharapkan agar hasil penelitian ini akan dapat digunakan oleh pihak perusahaan sebagai bahan masukan dan pertimbangan yang berarti dalam kegiatan pemasaran kedepannya.

c. Bagi Peneliti Lain

Hasil peneliti ini dapat dijadikan referensi sebagai bahan acuan dan pelengkap bagi peneliti lain dalam bidang pemasaran, khususnya dalam hal pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di PD. Afat's Fish Farm yang beralamat di Kp, Jl. Sandaan. Ds, Banjarsari, Kec. Sukaresik, Kabupaten Tasikmalaya, Jawa Barat 46418.

1.5.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan selama 4 bulan yaitu mulai bulan Januari 2013 sampai dengan April 2013. Untuk lebih jelasnya jadwal kegiatan penelitian pada Lampiran 1. (terlampir)