

PENDAHULUAN

LATAR BELAKANG

Dalam konteks pasar global yang dinamis saat ini, ada banyak bisnis yang terus berkembang dan muncul di pasar karena globalisasi, bisnis tersebut dapat berupa penawaran barang atau jasa di pasar tradisional atau bahkan pasar digital. Selain itu, Indonesia sebagai bagian dari negara berkembang di Asia Tenggara yang kaya akan sumber daya alamnya dapat membuka peluang bisnis yang besar selama mereka mampu mengelolanya, bisnis di pasar akan bersaing ketat dan permintaan dari pelanggan akan meningkat sesuai dengan kebutuhan.

Untuk memenuhi permintaan pasar tersebut, bisnis rantai pasokan akan meningkatkan proses manufaktur dan proses produksi untuk memasok lebih banyak barang dan memenuhi permintaan pelanggan. Dan dalam prosesnya ada bagian dimana barang harus didistribusikan ke pasar secara merata, dan merupakan *job description* dari perusahaan jasa logistik. Peranan jasa logistik sangat vital dan sangat berhubungan erat dengan perkembangan perekonomian bangsa. Secara umum, logistik merupakan bagian dari *supply chain management* dalam peran ekonomi, dimana memiliki peran untuk merencanakan dan mengendalikan jumlah permintaan barang pelanggan dari proses produksi sampai rantai terakhir dimana barang atau jasa tiba atau diterima oleh pelanggan.

Dalam setiap bisnis, akan selalu ada peran pelanggan atau konsumen yang sangat penting bagi siklus bisnis. Pelanggan atau konsumen memainkan peran yang sangat vital bagi perkembangan, stabilitas, dan eksistensi bisnis di pasar, tetapi untuk hal tersebut terjadi, pemilik bisnis juga harus berusaha untuk mempertahankan banyak aspek. Berfokus pada pelanggan yang akan memberikan potensi bisnis yang lebih besar untuk berkembang lebih di masa depan. Apalagi dengan adanya globalisasi dan kemajuan teknologi saat ini, pelanggan kini dapat dengan mudah mengakses informasi tentang pasar dan menjadi lebih selektif dalam proses pengambilan keputusan untuk membeli barang atau jasa. Dalam aspek ini, perusahaan juga perlu lebih inovatif dan dinamis untuk mengelola pembaruan seiring dengan perubahan tren pasar.

Untuk dapat mempertahankan pelanggan, terutama untuk mereka yang beroperasi di bidang industri jasa, mereka hanya dapat bersaing dengan cara menjaga kualitas pelayanan mereka. Kualitas pelayanan adalah kegiatan yang disediakan dimana hal tersebut cukup sulit untuk di definisikan dibandingkan dengan produk karena abstrak, tetapi hal tersebut merupakan sebuah fitur utama yang disediakan oleh bisnis industri jasa yang berhubungan dengan pelanggan secara langsung (Armstrong et al., 2018).

Selain dari kualitas pelayanan, terdapat faktor lain yang mempengaruhi dan menciptakan pelanggan yang loyal/setia yaitu harga. Harga merupakan aspek yang sangat penting bagi pelanggan, dimana merupakan indikator atau alat bagi pelanggan untuk menentukan nilai barang/jasa yang diminta dan ditukarkan, apakah harga yang mereka bayarkan untuk barang/jasa tersebut sesuai dengan manfaat yang mereka dapatkan/peroleh setelah membelinya (Tjiptono & Chandra, 2016). Loyalitas pelanggan dapat diartikan sebagai pelanggan yang memiliki hubungan yang mendalam dan bersedia untuk membeli kembali barang/jasa berdasarkan pengalaman terdahulu yang mempengaruhi perilaku pembelian pelanggan (Kotler et al., 2016). Kepuasan Pelanggan dapat dianggap sebagai salah satu penentuan yang paling penting dari perilaku pelanggan jangka panjang dari pelanggan karena loyalitas pelanggan merupakan hasil dari kepuasan pelanggan (Mulyono, 2021).

Berdasarkan jurnal Hanifa, O., Kurniawati, T., & Rahmidani. R. (2018), "Pengaruh Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Go-Jek Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi Pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang". Go-Jek merupakan perusahaan yang bergerak khusus di bidang industri jasa, yang berarti dibanding dengan menjual produk kepada pelanggan, mereka lebih menjual layanan mereka, menawarkan kualitas pelayanan yang baik dan harga yang terjangkau sehingga hal tersebut mempengaruhi loyalitas pelanggan. Artinya kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Go-Jek.

PT. Mandiri Sejahtera Makmur Jaya merupakan perusahaan swasta yang bergerak di bidang jasa pengiriman barang logistik, yaitu perusahaan yang menawarkan jasa pengiriman barang dalam jumlah besar seperti containers dengan menggunakan kapal. PT. Mandiri Sejahtera Makmur Jaya telah beroperasi sejak akhir tahun 2015 dan berlokasi di Jalan K.L. Yos Sudarso LK 1A No. 7B, Medan, Sumatera Utara. Sejak terdirinya perusahaan tersebut, PT. Mandiri Sejahtera Makmur Jaya berkomitmen untuk memberikan

pelayanan yang terbaik bagi pelanggannya, dan pada saat ini perusahaan tersebut menfokuskan untuk menawarkan layanan dalam wilayah domestic di Indonesia.

Dari pantauan yang telah dilakukan, perusahaan yang bergerak di bidang logistic ini, sangat diharapkan disaat musim-musim seperti Imlek, Idul Fitri, Natal dan Tahun Baru, dimana jumlah pesanan akan meningkat dengan pesat. Begitu pula sebaliknya, jika ada bulan yang penuh dengan hari libur dan setelah lewat hari musiman, maka jumlah pesanan juga akan berkurang/menurun. Misalnya pada saat Hari Raya Idul Fitri, pasar akan penuh dengan produk-produk untuk perayaan Idul Fitri seperti sirup, kurma dan biscuit, maka jika kita melihat dari peran rantai pasokan, produsen akan meningkatkan produksi barang tersebut dan mendistribusikan sebanyak mungkin kepada toko-toko sebelum berakhirnya masa pembelian di Hari Raya Idul Fitri.

Tabel 1. 1 Jumlah Orderan 2016-2021 PT. Mandiri Sejahtera Makmur Jaya

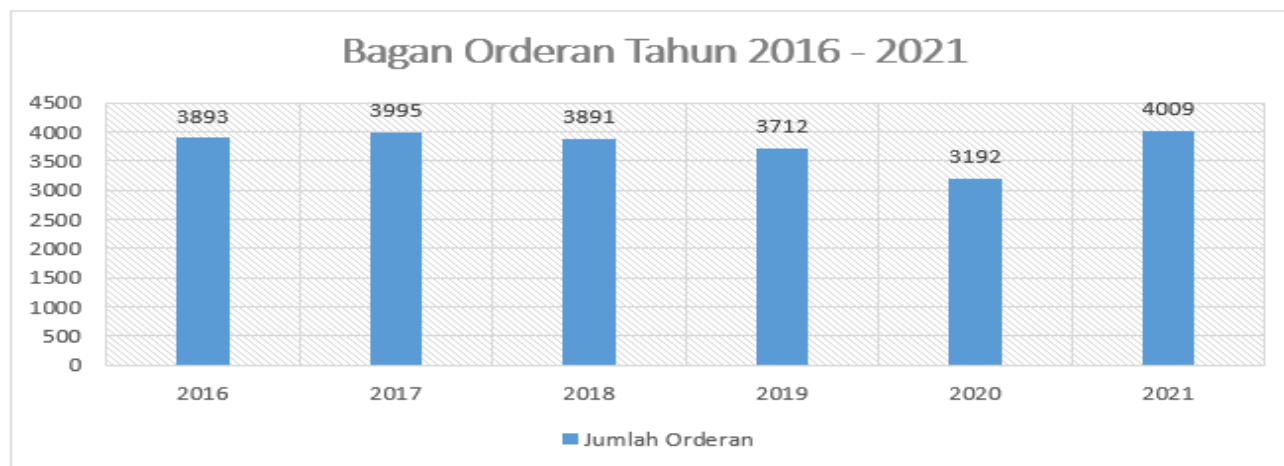
	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Januari	322	331	343	330	321	328
Februari	300	312	309	297	270	199
Maret	321	373	333	341	230	324
April	343	333	324	317	275	503
Mei	387	378	339	305	149	395
Juni	332	324	325	293	186	311
Juli	365	319	298	314	318	252
Agustus	299	295	325	282	283	293
September	303	332	337	312	308	326
Oktober	289	318	313	304	292	377
November	324	389	342	320	266	416
Desember	308	291	303	297	294	285
Total Order	3893	3995	3891	3712	3192	4009

Disiapkan oleh Penulis (2022)

Tabel diatas adalah jumlah orderan di PT. Mandiri Sejahtera Makmur Jaya dari tahun 2016 sampai dengan tahun 2021. Dari jumlah orderan bulanan dapat diketahui bahwa pada bulan tertentu setiap tahunnya pada saat mendekati waktu musiman, jumlah orderan akan meningkat, sedangkan setelah lewat waktu musiman tersebut makan orderan akan menurun. Meskipun waktu musiman secara langsung mempengaruhi kinerja perusahaan, tetapi hal tersebut tidak mempengaruhi dan berhubungan dengan loyalitas pelanggan

Figur 1.1

Jumlah Orderan Tahun 2016-2021 PT. Mandiri Sejahtera Makmur Jaya



Disiapkan oleh Peneliti (2022)

Dari grafik tersebut, dapat kita lihat grafik tahunan jumlah orderan dari tahun 2016 sampai dengan tahun 2021. Grafik tersebut menunjukkan bahwa orderan dari tahun 2018 sampai dengan tahun 2020 penjualannya mulai menurun dan pada tahun 2020 merupakan yang terendah dengan selisih 520 jumlah orderan dari tahun 2019. Dan pada saat tahun 2021 terdapat kenaikan sebesar 817 jumlah orderan yang merupakan penjualan tertinggi.

Selain faktor musiman, penulis merasa kurangnya pendekatan marketing perusahaan dengan pelanggan mereka, dikarenakan kebanyakan marketing perusahaan tersebut menjalin hubungan mereka dengan pelanggan melewati online atau secara telepon, jarang berhubungan langsung secara face-to-face dengan pelanggan. Dimana jika berhubungan secara langsung *face-to-face* antar pelanggan dengan marketing dapat meningkatkan kedekatan dan dapat lebih mengerti pelanggan tersebut.

Dan salah satu faktor yang mempengaruhi pelayanan yaitu ketidakpastian jadwal kapal. Dimana jadwal kapal berangkat dan tiba dapat berubah sewaktu-waktu karena cuaca yang tidak dapat diperkirakan dan kadang karena adanya kendala di Pelabuhan atau masalah rusaknya mesin di Pelabuhan, sehingga jadwal kapal yang seharusnya telah ditetapkan dapat berubah.

Dalam penelitian ini, penulis akan memfokuskan pada kualitas pelayanan dan harga sebagai variable independent, dan bagaimana pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan sebagai variable dependent serta kepuasan pelanggan sebagai variable mediasinya. Untuk selanjutnya melalui uraian diatas, penulis menyimpulkan untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA PT. MANDIRI SEJAHTERA MAKMUR JAYA, MEDAN”**.

IDENTIFIKASI MASALAH

Berdasarkan latar belakang diatas, dapat diidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut:

1. Perusahaan kurang maksimal dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.
2. Adanya ketidakstabilan harga yang diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan.
3. Perusahaan kurang cepat mengikuti perkembangan teknologi sehingga kurang cepat dalam menghadapi masalah yang timbul.
4. Kurangnya pendekatan perusahaan dengan pelanggan secara face-to-face.
5. Adanya ketidakpastian jadwal pengiriman barang kepada pelanggan.

PEMBATASAN MASALAH

Sesuai dengan identifikasi singkat tentang latar belakang studi diatas, terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya akan mengkaji empat variabel yang terdiri dari dua variabel independen yaitu Kualitas Pelayanan dan Harga bersama dengan satu variabel dependen yaitu Loyalitas Pelanggan dan satu variabel intervening yaitu Kepuasan Pelanggan.
2. Data yang akan digunakan untuk menguji model penelitian dihasilkan dari kuesioner yang dibagikan kepada pelanggan melalui platform online.
3. Penelitian ini akan lebih fokus pada loyalitas sikap karena kita hanya mengukur jumlah loyalitas mereka dari kualitas layanan dan harga bukan dari perilaku pelanggan tentang seberapa sering mereka menggunakan jasa kita.

RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang dijelaskan di atas, maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan di PT. Mandiri Sejahtera Makmur Jaya?
2. Bagaimana Harga berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan di PT. Mandiri Sejahtera Makmur Jaya?
3. Bagaimana Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Mandiri Sejahtera Makmur Jaya?
4. Bagaimana Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Mandiri Sejahtera Makmur Jaya?

5. Bagaimana Kepuasan Pelanggan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan di PT. Mandiri Sejahtera Makmur Jaya?
6. Bagaimana Kualitas Pelanggan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan yang dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan di PT. Mandiri Sejahtera Makmur Jaya?
7. Bagaimana Harga berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan yang dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan di PT. Mandiri Sejahtera Makmur Jaya?

TUJUAN PENELITIAN

Dari rumusan dan pembatasan yang dipaparkan diatas, maka tujuan utama dari studi penelitian adalah untuk menguji dan menganalisis:

1. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan di PT. Mandiri Sejahtera Makmur Jaya.
2. Apakah Harga berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan di PT. Mandiri Sejahtera Makmur Jaya.
3. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Mandiri Sejahtera Makmur Jaya.
4. Apakah Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Mandiri Sejahtera Makmur Jaya.
5. Apakah Kepuasan Pelanggan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan di PT. Mandiri Sejahtera Makmur Jaya.
6. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan di PT. Mandiri Sejahtera Makmur Jaya yang dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan.
7. Apakah Harga berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan di PT. Mandiri Sejahtera Makmur Jaya yang dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan.

MANFAAT MASALAH

MANFAAT TEORITIS

Penelitian studi ini menggunakan teori kualitas pelayanan, harga, loyalitas dan kepuasan pelanggan. Diharapkan agar setelah menyelesaikan penelitian ini, teori dan hasilnya dapat dijadikan referensi dan bahan kajian untuk memperkaya pengetahuan bagi para pembaca yang lain. Penelitian ini tidak hanya dapat dijadikan sebagai referensi, tetapi juga sebagai bahan diskusi lebih dalam tentang masalah yang berhubungan dengan loyalitas pelanggan. Selanjutnya, mungkin di masa depan studi penelitian ini dapat ditingkatkan tidak hanya terbatas pada daerah tertentu.

MANFAAT PRAKTIKAL

Ada beberapa manfaat yang dapat diberikan kepada beberapa pihak lainnya yaitu sebagai berikut:

1. Untuk Perusahaan
Bagi perusahaan itu sendiri, penelitian ini dapat memberikan lebih banyak wawasan dan solusi tentang apa yang harus ditingkatkan dan bagaimana meningkatkan kualitas layanan dan harga mereka untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan mendapatkan loyalitas pelanggan. Selain itu, perusahaan dapat mengambil masukan sebagai referensi mereka untuk pengambilan keputusan di kemudian hari.
2. Untuk Peneliti
Penelitian ini dapat memberikan lebih banyak wawasan dan pengetahuan tentang bagaimana pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi. Dimana sebagai mahasiswa pemasaran, teori dan hasil ini dapat dipertimbangkan di masa depan.
3. Untuk Peneliti Selanjutnya
Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi untuk studi lebih lanjut dan diskusi di masa depan, dimana mereka dapat menggunakan penelitian ini untuk mengetahui apakah dengan perubahan zaman variabel-variabel tersebut masih mempengaruhi loyalitas pelanggan atau tidak.
4. Untuk Universitas
Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan studi lanjutan yang relevan dan bahan kajian kearah pengembangan kualitas pelayanan perusahaan yang mendekati pertimbangan kontekstual dan konseptual.