

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian

Kopi Banyuatis merupakan salah satu kopi kemasan dimana biji Kopinya berasal dari Daerah Desa Banyuatis atau dikawasan Bali Utara, Pulau Bali tepatnya di Daerah Desa Pamaron. CV. Pusaka Bali Persada merupakan suatu bentuk usaha persero yang bergerak pada industri pengolahan kopi. Dalam usaha ini terdapat 36 tenaga kerja baik itu dalam bidang industri, staf dan pegawai. Kopi kemasan ini sangatlah mudah ditemukan dan dijual sebagai salah satu oleh oleh khas Bali. Cita rasa dari kopi ini sangatlah khas walaupun tidak mempunyai perbedaan yang begitu mencolok dengan Kopi Bali pada lainnya. Kopi Banyuatis ini berasal dari Daerah Banyuatis, Kecamatan Banjar, Kabupaten Buleleng, Bali. Kopi yang ber-aroma khas ini yang berasal dari Desa Banyuatis telah dikenal luas di Bali. Pada awalnya Kopi Banyuatis ada yaitu pada tahun 1800-an atas nama Jro Dalang Gelgel (ALM) petani kopi dari Banyuatis menanam kopi di Desanya, kemudian waktu berjalan terus, dan pada tahun 1950-an Putu Dalang (ALM) melanjutkan penanaman kopi yang dirintis oleh sang ayah Jro Dalang. Petani kopi ini menanam kopi dengan pola yang lebih rapi, tertib, dan terarah, dan pastinya penanamannya pun intensif dengan lahan tanaman yang begitu luas dibandingkan dengan yang dilakukan Ayahnya. serta Putu Dalang yang pertama membuka sebuah kedai kopi di Daerah Desa Banyuatis ini. Serta Putu Dalang rupanya ingin menghadirkan sebuah hasil kopi olahannya terhadap masyarakat sekitar yang mampir ke Desanya. Kedai Kopi ini tidak seperti kedai kopi saat ini akan tetapi sebuah kedai kopi yang sangat sederhana, bersahaja dan tentunya akrab dengan lingkungan maka dari itu kedai kopi milik Putu Dalang begitu cukup populer pada masanya saat itu. Dan pada tahun 1975 salah satu putra Putu Dalang yang bernama Ketut Englan tertarik ingin melanjutkan penanaman

kopi yang telah dirintis oleh sepuhnya bahkan penanaman kopi yang dilakukan oleh putra Putu Dalang lebih luas lagi lahannya. Sejalan dengan itu Ketut Englan membuka pabrik kopi bubuk di Daerah Pemaron. Nama Kopi Banyuatis sudah mulai terdengar, aroma Kopi Banyuatis makin dikenal di berbagai kawasan di Bali. Bahkan sudah mampu menembus ke luar Bali Kopi bubuk Banyuatis inilah yang kemudian selalu bermakna sebagai Kopi Bali. Dan setelah kepergian Ketut Englan usaha bisnis Kopi ini dikelola oleh sang anak yaitu Gede Pusaka Harsadena serta pada saat ini perkembangan Kopi Banyuatis semakin berkembang pesat dengan berbagai inovasi-inovasi yang membuat pelanggan merasa puas, maka dari itulah yang membuat kita selalu memaknai Kopi Bali adalah Kopi Banyuatis.



Gambar 1.1 Diagram batang jumlah penjualan produk Kopi Banyuatis Singaraja bulan Januari - Maret 2020

Usaha yang ikut bersaing kompetitif adalah Kopi Setia Bali, Kopi Kupu Kupu Bola Dunia 2 produk kopi tersebut adalah pesaing dari produk Kopi Banyuatis. Melihat perkembangan yang ada di masyarakat produk Kopi Banyuatis terus melakukan inovasi baik dari segi kemasan produk maupun dari segi kualitas rasa itu sendiri. Di dalam memasarkan produk Kopi Banyuatis ini pihak perusahaan melakukan berbagai macam cara untuk menjual produk itu sendiri baik dengan cara promosi di media social maupun ikut serta dalam event-event besar yang ada di Bali. Di dalam perkembangannya produk Kopi Banyuatis sudah bisa dikatakan sangat berkembang dan mampu bersaing dengan produk kopi yang lain baik itu

produk Kopi Kupu-Kupu Bola Dunia maupun Kopi Setia Bali, yang sejatinya 2 produk kopi tersebut sudah terkenal produknya dan 2 produk kopi tersebut sudah terlebih dahulu ada di dalam industri kopi khususnya di Bali. Usaha kopi Banyuatis yang berada di Desa Pemaron. Kopi Banyuatis ini merupakan usaha yang bergerak di bidang produk Kopi khas Desa Banyuatis menurut pemilik dari kopi Banyuatis Gede Pusaka Harsadena yang merupakan anak dari Ketut Englan menyampaikan bahwa adanya fluktuasi terhadap penjualan produk Kopi Banyuatis yang dapat dihitung dari Bulan Januari-Juni 2020. Maka sebab itu perlu mengetahui variabel yang mempengaruhi tingkat loyalitas pelanggan di usaha produk Kopi Banyuatis ini yang menyebabkan fluktuasi usaha yang dimilikinya.

Meningkatkan loyalitas pelanggan peran yang sangat penting untuk mempertahankan pelanggan dapat diartikan melalui nilai pelanggan, pengaruh nilai pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Menurut Lai Griffin dan Babin (2008) nilai pelanggan dapat dilihat dari manfaat ekonomi serta sosial yang diperoleh dari suatu perusahaan sebagai sebuah imbalan pengorbanan yang dikeluarkan sehingga berpengaruh terhadap peningkatan loyalitas pelanggan. Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Paliati (2007) adanya hubungan langsung yang signifikan positif antara nilai pelanggan dan loyalitas pelanggan. Hal tersebut sangatlah mempengaruhi usaha produk yang dijalankan apabila Kopi Banyuatis sudah memberikan nilai tambah ke pelanggan, maka pelanggan akan loyal ke Kopi Banyuatis. Serta loyalitas pelanggan mempunyai hubungan yang sangat kuat dengan kepuasan pelanggan, kepuasan pelanggan mampu menciptakan loyalitas dikarenakan para pelanggan cenderung lebih berfikir rasional serta mengurangi, resiko kepada penyedia layanan yang baru, sehingga mereka tetap pada penyedia layanan yang sudah banyak mempunyai pengalaman yang baik dengan mereka, dimana loyalitas pelanggan mempunyai peran yang sangat penting bagi suatu perusahaan (Izogo dan Ogba, 2015).

Ketika pelanggan loyal maka pelanggan merasa puas dengan kinerja atau jasa yang ditawarkan oleh pihak perusahaan (Minb dan Huu, 2016). Sikap loyal dari pelanggan akan muncul sesudah pelanggan mendapatkan

kepuasan atau rasa tidak puas, pelanggan yang mengkonsumsi produk dari sebuah perusahaan akan merasa puas jika produk tersebut memberikan suatu kinerja yang bagus dan sesuai dengan harapan pelanggan (Hidayat, 2009). Loyalitas pelanggan memiliki hubungan yang erat dengan nilai pelanggan, penerapan nilai pelanggan yang tinggi akan menciptakan superior nilai pelanggan. Selanjutnya superior nilai pelanggan akan meningkatkan kepuasan pasar sasaran yang akhirnya memberikan respon yang positif dalam bentuk semakin banyaknya pelanggan yang menggunakan dan loyal serta setia terhadap produk tersebut, karena lebih tingginya nilai yang ditawarkan pesaingnya (Prakorso, 2018).

Loyalitas pelanggan sangat mempengaruhi nilai pelanggan. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Assagaf (2014) nilai pelanggan sangat mempengaruhi loyalitas pelanggan. Hal yang sama juga dikatakan di dalam penelitian yang dilakukan oleh Farida (2012) adanya pengaruh yang signifikan antara nilai pelanggan dan loyalitas pelanggan. Akan tetapi salah satu penelitian mengatakan bahwa nilai pelanggan tidak mempengaruhi loyalitas pelanggan. Menurut Sulianto (2013) nilai pelanggan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Serta dalam penelitian ini kepuasan pelanggan sangat signifikan mempengaruhi loyalitas pelanggan. Hal yang sama juga mengatakan kepuasan dapat memberikan beberapa manfaat diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggan yang lebih harmonis, hal tersebut menjadi dasar bagi akan terciptanya pembelian ulang, dan akan menciptakan loyalitas pelanggan yang akan dapat menguntungkan perusahaan (Tjiptno dan Fandy, 2008). Akan tetapi penelitian lain juga mengatakan bahwa kepuasan pelanggan tidak mempengaruhi loyalitas pelanggan. Hal tersebut di dukung oleh penelitian yang dilakukan Robby Dharma (2017) kepuasan pelanggan berpengaruh negative dan tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Keberhasilan serta perkembangan konsumen akan bergantung dari penciptaan sebuah nilai, keuntungan, serta loyalitas pelanggan, tumbuhnya nilai pelanggan yang tinggi akan menumbuhkan sebuah ikatan emosional serta respon yang positif antara pelanggan dan sebuah perusahaan di dalam

membangun sebuah hubungan. Sebuah hubungan yang terjalin tanpa emosi menjadi sebuah kegiatan mekanis serta menimbulkan konsumen tidak adanya alasan nyata untuk tetap tinggal. Serta untuk menumbuhkan tingkat loyalitas pelanggan perusahaan harus mampu pada meningkatkan kepuasan setiap konsumen serta hal yang paling utama menjaga tingkat kepuasan pelanggan di dalam jangka waktu yang lama (Kanthi, 2017).

Sebagaimana diuraikan sebelumnya perkembangan produk Kopi Banyuatis ini terus mengalami peningkatan sejalan dengan peningkatan konsumsi produk Kopi Banyuatis yang berada di Desa Pamaron. Untuk menjadi yang terdepan pihak Kopi Banyuatis terus mampu memberikan nilai yang optimal sehingga pelanggan merasakan manfaat dari nilai tersebut. Cita rasa dan aroma yang Khas dari Kopi Banyuatis yang dirasakan, mampu meningkatkan nilai pelanggan dan kepuasan pelanggan yang diterima akan menimbulkan loyalitas pelanggan. Sehingga pelanggan memilih produk Kopi Banyuatis karena tingkat penjualan dari CV. Pusaka Bali Persada terhadap produk Kopi Banyuatis yang beraroma Khas. Di samping itu Kopi Banyuatis tetap memberikan kepuasan yang terbaik terhadap pelanggan seiring dengan semakin ketatnya persaingan usaha yang ada di Bali pada khususnya dan Indonesia pada umumnya. Merujuk pada penelitian Lai Griffin dan Babin (2008), Izogo dan Ogba (2015), dan Prakorso (2018), penulis ingin menguji kembali hubungan ketiga variable tersebut yang berkaitan dengan nilai pelanggan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, maka Identifikasi masalah penelitian pada kopi banyuatis adalah sebagai berikut.

1. Terjadinya penjualan produk yang Fluktuasi, ini menunjukkan bahwa pesaing mampu mengungguli Kopi Banyuatis.
2. Terjadi ketidakkonsistenan hasil penelitian yang dilakukan sebelumnya berkaitan dengan nilai pelanggan dan kepuasan pelanggan terhadap

loyalitas pelanggan.

3. Kurangnya pemahaman konsumen terhadap nilai pelanggan pada Kopi Banyuwatis, sehingga berdampak pada kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan.
4. Konsumen masih mempunyai alternative lain selain menggunakan dan membeli produk Kopi Banyuwatis.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah pada Kopi Banyuwatis maka penulis hanya meneliti nilai pelanggan dan kepuasan pelanggan sebagai variabel bebas, dan loyalitas pelanggan sebagai variabel terikat.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian, identifikasi dan pembatasan masalah, maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

- 1) Apakah ada pengaruh nilai pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di Kopi Banyuwatis.
- 2) Apakah ada pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di Kopi Banyuwatis.
- 3) Apakah ada pengaruh nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan di Kopi Banyuwatis.
- 4) Apakah kepuasan pelanggan mampu memediasi pengaruh nilai pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di Kopi Banyuwatis.

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah maka tujuan penelitian ini adalah untuk sebagai berikut:

1. Menguji pengaruh nilai pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di produk Kopi Banyuwatis.
2. Menguji pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di produk Kopi Banyuwatis.
3. Menguji pengaruh nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan di

produk Kopi Banyuatis.

4. Menguji nilai pelanggan mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di produk Kopi Banyuatis.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

- 1) Manfaat Teoretis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperdalam pemahaman tentang ilmu pengetahuan di bidang manajemen pemasaran yang terkait dengan nilai pelanggan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.

- 2) Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu pihak produk Kopi Banyuatis dalam menentukan kebijakan melalui informasi yang didapat dalam penelitian ini, khususnya mengenai nilai pelanggan dan kepuasan pelanggan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan.

