

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring berkembangnya pertumbuhan perekonomian dan industri plastik di Indonesia khususnya area Surabaya, menjadi modal penting yang dapat dimanfaatkan oleh pengusaha daur ulang plastik dengan memanfaatkan limbah dari pembuangan kemasan plastik. Dengan keleluasaan yang diberikan pemerintah mengenai izin usaha yang diberikan untuk usaha menengah keatas menjadi keuntungan bagi perusahaan. Dengan menciptakan lapangan kerja bagi warga sekitar dari aspek tenaga kerja langsung maupun pengepul plastik setidaknya membantu ekonomi mereka sedikit banyaknya dan menciptakan pengetahuan baru akan pengetahuan pengolahan plastik. Volume sampah plastik di Surabaya yang mencapai ratusan ton perhari merupakan tantangan bagi para pengusaha daur ulang plastik di Surabaya, penulis akan melakukan penelitian pada perusahaan Raharjo Plastik (RHP Plastik) dengan judul “Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran terhadap Nilai Yang Dirasa dan Dampaknya terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Pada Usaha Daur Ulang Raharjo Plastik Di Surabaya” dan selaku *owner* bernama Bapak Reso Raharjo berdiri pada tahun 1990 dan perusahaan beralamat di Jln. Tambak Pring Utama 1a.

Pemasaran menurut Kotler dan Amstrong (2012:28) adalah “*The process by which companies create value for customer and build strong relationship with customers in order to capture value from customers in return*”. Dalam pemasaran

terdapat strategi pemasaran yang disebut bauran pemasaran (*Marketing Mix*) yang memiliki peranan penting dalam mempengaruhi konsumen agar membeli suatu produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan. Kotler dan Amstrong (2012:92) menyatakan bahwa “*Marketing mix is good marketing tool is a set of product, pricing, promotion, distribution, combined to produce the desire response of the target market*”. Dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan, RHP Plastik menerapkan strategi pemasaran dalam bentuk bauran pemasaran 4P (*Product, Price, Place, Promotion*) :

Produk RHP Plastik berupa biji-bijian plastik yang telah di daur ulang. Terdapat penggolongan plastik agar berupa biji-bijian plastik yang siap dipakai yaitu menurut penjenisan dan sifatnya. Terdapat beberapa unsur dari jenis plastik yaitu:



Sumber: Ivyanno Canny, *Source: Compiled from various sources (2012)*

Gambar 1.1
PLASTIC RESIN CODE

Berdasar Gambar 1.1 diatas terdapat 7 (tujuh) jenis plastik yang dibedakan menurut sifat dan kegunaannya, kode penomoran terdapat pada kemasan plastik dan menurut sifat dan penggunaannya sebagai berikut:

1. PETE (PolyEthylene) adalah jenis plastik yang hanya bisa sekali pakai, seperti botol air mineral dan hampir semua botol minuman lainnya. Jika pemakaiannya dilakukan secara berulang, terutama menampung air panas, lapisan polimer botol meleleh mengeluarkan zat karsinogenik dan dapat menyebabkan Kanker.
2. HDPE (High Density PolyEthylene) adalah jenis plastik yang aman jika dibandingkan dengan jenis plastik PET karena memiliki sifat tahan terhadap suhu tinggi. Sering dipakai untuk botol susu, Tupperware, Botol galon, Drum air keras, dan lain-lain.
3. PVC (Polyvinyl Chloride) tertulis (terkadang berwarna merah) dengan angka 3 (tiga) di tengahnya, serta tulisan V di bawah segitiga. V itu berarti PVC (polyvinyl chloride), yaitu jenis plastik yang paling sulit didaur ulang. Jenis plastik PVC ini bisa ditemukan pada plastik pembungkus (*cling wrap*), untuk mainan, selang, pipa bangunan, taplak meja plastik, botol kecap, botol sambal, botol sampo dll. PVC mengandung DEHA yang berbahaya bagi kesehatan. Makanan yang dikemas dengan plastik berbahan dapat terkontaminasi karena DEHA lumer pada suhu -15°C . Reaksi yang terjadi antara PVC dengan makanan yang dikemas dengan plastik ini berpotensi berbahaya untuk ginjal, hati dan berat badan.
4. LDPE (Low Density PolyEthylene) adalah jenis plastik yang bisa didaur ulang, baik dipakai untuk tempat minuman maupun makanan. Yang sifat bahannya lebih lentur dibandingkan HDPE.

5. PP (PolyPropylene) juga baik digunakan untuk tempat minuman maupun makanan. Jenis plastik semacam ini lebih kuat dan ringan dengan daya tembus uap yang rendah dan biasanya digunakan untuk botol minum bayi, bak mandi bayi, ciduk mandi, gastok pakaian, dan sebagainya.
6. PS (PolyStyrene) merupakan jenis plastik yang digunakan untuk tempat minum atau makanan sekali pakai. Mengandung bahan Styrene yang berbahaya untuk kesehatan otak, mengganggu hormon estrogen pada wanita.
7. Untuk jenis plastik 7 Other ini terdapat 4 (empat) macam, yaitu : SAN (styrene acrylonitrile), ABS (acrylonitrile butadiene styrene), PC (polycarbonate), dan Nylon. **SAN** dan **ABS** memiliki resistensi yang tinggi terhadap reaksi kimia dan suhu, kekuatan, kekakuan, dan tingkat kekerasan yang telah ditingkatkan sehingga merupakan salah satu bahan plastik yang sangat baik untuk digunakan dalam kemasan makanan ataupun minuman. Biasanya terdapat pada mangkuk mixer, pembungkus termos, piring, alat makan, penyaring kopi, dan sikat gigi, sedangkan ABS biasanya digunakan sebagai bahan mainan lego dan pipa.

Berikut limbah plastik yang olah menjadi produk RHP Plastik berupa cacahan:

1. Plastik jenis PETE (PolyEthylene)



Sumber : Raharjo Plastik



Gambar 1.2
PLASTIK JENIS PETE

Berdasar Gambar 1.2 dapat dilihat bahwa menjelaskan limbah plastik botol minuman dari coca-cola, sprite, big cola, teh melati, isoplus ialah berbahan PETE lalu diproses daur ulang menjadi cacahan sesudah proses penggilingan.

2. Plastik jenis HDPE (High Density PolyEthylene)



Sumber: Raharjo Plastik

Gambar 1.3
PLASTIK JENIS HDPE

Berdasar Gambar 1.3 dapat dilihat bahwa menjelaskan limbah plastik botol shampo, cairan, pewangi, dan drum ialah berbahan HDPE lalu diproses daur ulang menjadi produk cacahan sesudah proses penggilingan.

3. Plastik jenis LDPE (Low Density PolyEthylene)



Sumber : Raharjo Plastik

Gambar 1.4
PLASTIK JENIS LDPE

Berdasar Gambar 1.4 dapat dilihat bahwa menjelaskan limbah plastik dari botol cairan, wadah mentega dan margarin ialah berbahan LDPE lalu diproses daur ulang menjadi produk cacahan sesudah proses penggilingan.

4. Plastik jenis PP (PolyPropylene)

Berikut plastik jenis PP Natural:



Sumber : Raharjo Plastik

Gambar 1.5
PLASTIK JENIS PP NATURAL

Berikut plastik jenis PP Warna:



Sumber : Raharjo Plastik

Gambar 1.6
PLASTIK JENIS PP WARNA

Berdasar Gambar 1.5 dan Gambar 1.6 dapat dilihat bahwa menjelaskan limbah plastik dari tempat makan, tupperware, mangkuk, gelas plastik ialah berbahan PP (PolyPropylene) lalu diproses daur ulang menjadi produk cacahan sesudah proses penggilingan. Namun yang membedakan PP Natural lebih sensitif pewarnaannya karena harus keseluruhan plastik berwarna bening.

5. Plastik jenis PS (PolyStyrene)



Sumber : Raharjo Plastik, diolah

Gambar 1.7
PLASTIK JENIS POLYSTYRENE

Berdasar gambar 1.7 dapat dilihat bahwa menjelaskan limbah plastik dari sendok, toples, stereoform, piring plastik ialah berbahan PolyStyrene lalu diproses daur ulang menjadi cacahan sesudah proses penggilingan.

Dalam hal strategi harga : Strategi harga yang dilakukan RHP Plastik ialah dengan mempertimbangkan harga pesaing dan harga pasar terbaru. Suwarni dan Mayasari (2011) mengungkapkan harga yang terjangkau dan kualitas yang baik memungkinkan adanya kepuasan konsumen dan akan menarik konsumen baru sehingga diharapkan akan membuat konsumen loyal pada akhirnya. Jadi dalam memberi kepuasan bagi pelanggannya RHP Plastik mematok harga yang sesuai dengan harga pasar terkini hingga memberikan kabar terkini mengenai spekulasi harga untuk bulan-bulan berikutnya. Sehingga RHP Plastik memberikan rasa aman terhadap pemasoknya supaya tidak sampai mendapatkan rugi. Harga produk jadi RHP Plastik sebagai berikut:

TABEL 1.1
DAFTAR HARGA PENJUALAN RHP PLASTIK
AWAL BULAN JANUARI 2017

Produk	Harga/per kg	Produk	Harga/per kg
PP warna	7.400	Akua	10.500
PP Putih super	10.500	Montea	5.500
PP Putih I	9.000	PP Hitam	4.800
PP Putih II	8.000	PP hitam comp	6.300
HDPE	7.500	PP Natural	13.500

Sumber : Intern perusahaan, diolah

Dalam hal strategi tempat : Letak perusahaan ber alamat Jln. Tambak Pring Utama 1a, yang berpotensi menjadi wilayah industri dan memudahkan bagi pengepul plastik untuk bertransaksi. Dikarenakan banyaknya pengepul plastik diwilayah tersebut membuat RHP Plastik harus menjadi sarana penimbangan rongsokan plastik yang jujur dan mempunyai layanan cepat dalam proses jual-beli plastik. Sukotjo dan Radix (2010) menyatakan, saluran distribusi merupakan kegiatan memindahkan produk disertai hak pemilik dari produsen ke konsumen akhir atau pemakai industri.

Dalam strategi promosi yang digunakan, kegiatan promosi yang dilakukan RHP Plastik dalam menginformasikan produknya ke pemakai plastik ialah melalui iklan media cetak dan *worth of mouth*. Susanti (2008) menyatakan, promosi sebagai alat menginformasikan kepada konsumen mengenai produk dan menyakinkan para konsumen dalam pasar sasaran. Pada promosinya RHP Plastik lebih menekankan promosi langsung ke pelanggannya dan menjaga hubungan antar relasi pelanggannya dalam jangka panjang.

RHP Plastik melakukan kegiatan bisnisnya dengan membeli bahan baku berupa plastik bekas dari pengepul kemudian memasarkan produk barang jadi berupa gilingan plastik ke perusahaan percetakan. Menciptakan pelanggan yang loyal merupakan inti dari setiap bisnis, Menurut Don Peppers dan Martha Rogers (2009); satu-satunya nilai yang diciptakan perusahaan adalah nilai yang berasal dari pelanggan itu adalah semua nilai yang anda miliki sekarang dan nilai yang akan dimiliki di masa depan. Suatu bisnis dikatakan sukses jika berhasil mendapatkan, mempertahankan, dan menumbuhkan pelanggan. Pelanggan merupakan satu-satunya alasan perusahaan membangun pabrik, memperkerjakan karyawan, menjadwalkan rapat, membuat jalur serat optik, atau melibatkan diri dalam aktivitas bisnis apapun. Tanpa pelanggan, Anda tidak mempunyai bisnis.

Dengan RHP Plastik melakukan strategi pemasaran tersebut diharapkan pelanggan dapat puas akan segala nilai / value yang diberikan oleh perusahaan sehingga menciptakan pelanggan yang loyal. Dengan menghitung segala manfaat dan biaya yang diberikan RHP Plastik kepada pelanggan agar mencapai titik penawaran dengan harapan akan mempengaruhi kepuasan pelanggan dan besarnya probabilitas bahwa pelanggan akan membeli gilingan plastik lagi. Dalam menghantarkan nilai pelanggan yang tinggi, konsumen mempunyai beragam tingkat loyalitas terhadap merek/produk, dan perusahaan.

Setelah membangun nilai pelanggan seharusnya perusahaan dapat menghitung sejauh mana kepuasan pelanggan dapat diwujudkan. Secara umum kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil)

terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang. Penilaian pelanggan bergantung pada banyak faktor, jika perusahaan yang berpusat pada pelanggan akan berusaha menciptakan kepuasan pelanggan yang tinggi. Maka perusahaan RHP Plastik menekankan kepuasan pelanggan dalam dua arah yaitu melayani pengepul dan melayani perusahaan pemakai biji-bijian plastik.

1. Pelayanan pengepul
 1. RHP Plastik memberikan pelayanan cepat dan tanggap sesuai kapasitas pegawai.
 2. RHP Plastik memberikan harga beli yang pantas kepada pengepul sesuai harga pasar.
 3. RHP Plastik menerima beberapa jenis plastik; PP, HDPE, LDPE, PET, PS.
2. Pelayanan kepada perusahaan percetakan
 1. Menciptakan barang gilingan plastik berorientasi pada kualitas produk yang unggul.
 2. Persediaan bahan plastik yang continue atas permintaan perusahaan.
 3. Melakukan hubungan partnership dengan perusahaan percetakan plastik.

Terakhir adanya kepuasan dapat berpengaruh pada loyalitas pelanggan adalah mimpi semua pemasar dan hal ini sering menjadi kunci keberhasilan pemasaran jangka panjang. Dengan menjaga kepuasan pelanggan secara continue maka berpotensi pelanggan dapat loyal pada perusahaan namun dalam usaha plastik yang merupakan jual-beli yang rawan akan menjaga kepuasan pelanggan

dikarenakan harga yang terus berubah seiring bergeraknya harga minyak dunia dan volume plastik bekas yang tinggi menjadikan momok yang menakutkan jika perusahaan tidak jeli menyiasati berapa harga yang dipatok perusahaan dapat mengakibatkan pelanggan tidak puas dan tidak loyal. Hal tersebut tentu merugikan perusahaan karena sumber pendapatan terdiri dari volume banyaknya plastik bekas yang dibeli. Sekelompok peneliti melihat kegiatan membangun retensi dengan menambah manfaat keuangan, manfaat sosial, atau ikatan struktural. Terdapat empat jenis kegiatan pemasaran penting yang digunakan untuk meningkatkan loyalitas dan retensi:

1. **Berinteraksi Dengan Pelanggan** Beberapa perusahaan menciptakan mekanisme berkelanjutan yang membuat manajer senior dapat terus terhubung dengan umpan balik pelanggan dari lini depan. Contohnya dari RHP Plastik merupakan perusahaan perorangan dan langsung mengetahui umpan balik melalui reaksi permintaan selanjutnya.
2. **Mengembangkan Program Loyalitas** Dua program loyalitas pelanggan yang dapat ditawarkan perusahaan adalah program frekuensi dan program pemasaran klub.
3. **Mempersonalisasikan Pemasaran** Personel perusahaan dapat menciptakan ikatan yang kuat dengan pelanggan melalui pengindividuan dan personalisasi hubungan.
4. **Menciptakan Ikatan Institusional** Perusahaan dapat memasok pelanggan dengan peralatan khusus atau hubungan komputer yang membantu pelanggan mengelola pesanan, penggajian, dan persediaan.

Penjelasan diatas sangat penting bagi perusahaan dikarenakan menjaga pelanggan tetap loyal dan retensi melalui beberapa kegiatan efektif yang digunakan demi menjaga hubungan dengan pelanggan. Berinteraksi dengan pelanggan, mengembangkan program loyalitas, mempersonalisasikan pemasaran, menciptakan ikatan institusional ialah misi dari perusahaan RHP Plastik. Namun karena keterbatasan yang dimiliki, ikatan institusional belum terwujudkan.

1.2 Perumusan Masalah

Pada sub bab ini menjelaskan beberapa perumusan masalah yang dilakukan, yaitu:

- a. Apakah strategi bauran pemasaran RHP Plastik secara signifikan berpengaruh terhadap nilai yang dirasa?
- b. Apakah nilai yang dirasa memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan?
- c. Apakah kepuasan pelanggan memiliki pengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan RHP plastik?

1.3 Tujuan Penelitian

Pada sub bab ini menjelaskan beberapa tujuan penelitian yang dilakukan, yaitu:

1. Untuk mengetahui signifikansi pengaruh strategi bauran pemasaran terhadap nilai yang dirasa RHP Plastik.
2. Untuk mengetahui signifikansi pengaruh nilai yang dirasa terhadap kepuasan pelanggan RHP Plastik.
3. Untuk mengetahui signifikansi pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan RHP Plastik.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat :

1. Manfaat bagi Perusahaan Pendaaur Ulang

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi Perusahaan dalam menentukan strategi bauran pemasarannya dengan tepat sehingga dapat memberikan nilai pada pelanggannya dan menjaga loyalitas pelanggan pada masa selanjutnya.

2. Manfaat bagi Peneliti

Pada penelitian ini diharapkan dapat memperoleh wawasan pengetahuan tambahan dan mempelajari mengenai praktek strategi bauran pemasaran yang dilakukan dalam menciptakan kepuasan dan loyalitas yang membangun.

3. Manfaat bagi STIE Perbanas Surabaya

Penelitian ini dapat memberikan ilmu dan informasi yang berguna bagi mahasiswa/i yang akan melakukan penelitian selanjutnya. Sehingga dapat memperkaya dari hasil penelitian bagi lembaga nya sendiri.

4. Manfaat bagi Masyarakat

Diharapkan penelitian ini memberikan manfaat berupa informasi untuk peluang usaha bagi masyarakat bahwa plastik bekas yang tidak terpakai memiliki manfaat dan harga jual tinggi.

1.5 Sistematika Penulisan Skripsi

Pada bab ini, dijelaskan isi dari masing – masing bab yang disusun secara sistematis dengan urutan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab pendahuluan dijelaskan secara keseluruhan mengenai latar belakang topik, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini menjelaskan mengenai penelitian terdahulu, landasan teori yang akan diteliti, kerangka pemikiran, serta hipotesis penelitian

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini metode penelitian secara rinci menjelaskan mengenai hal-hal yang berkaitan dengan rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional dan pengukuran variabel, populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel, instrumen penelitian, metode pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian, serta teknik analisis data

BAB IV : GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Dalam bab ini membahas tentang gambaran umum subyek penelitian, hasil analisis data, pengujian hipotesis dan pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Dalam bab ini membahas tentang kesimpulan hasil penelitian, keterbatasan penelitian disertai dengan saran.