

Bab I

Pendahuluan

I.1. Latar Belakang

Perkembangan ekonomi suatu negara dilihat dari peningkatan pengiriman barang, baik penjualan dari dalam negeri maupun luar negeri. Salah satu jenis usaha yang berpengaruh besar dalam peningkatan perekonomian Indonesia yaitu bisnis ekspor. peningkatan bisnis ekspor pada periode Juni 2021 berada di posisi US\$ 18,55 miliar. Pertumbuhan bisnis ekspor sejalan dengan perbaikan perekonomian Indonesia pada masa pandemic ini. “Nilai ekspor secara kumulatif, tercatat sudah lebih tinggi dari masa pra pandemic walaupun utamanya didorong oleh peningkatan harga komoditas utama. Ekspor ke depan diperkirakan tetap kuat didukung baik oleh permintaan global maupun faktor harga, meskipun harga komoditas diperkirakan mulai mengalami moderasi,” Ujar Kepala BKF. Ditengah-tengah pandemic ini, tingkat ekspor *briquette* atau *coconut charcoal* melonjak tinggi, terlebih Indonesia berpotensi menjadi produsen kelapa nomor 1 dunia. “*Coconut charcoal* atau *briquette* banyak dimanfaatkan selain untuk bahan obat dan farmasi, juga digunakan sebagai bahan bakar shisha/ *hookah* atau rokok arab di Kawasan timur tengah, sedangkan di kawasan eropa digunakan sebagai bahan bakar *barbeque*,” Ujar Kasdi Subagyo Direktur Jenderal Perkebunan. Per tahun 2019 ekspor arang kelapa Indonesia termasuk *coconut charcoal* atau *briquette* mencapai 188,05 ribu ton dengan nilai ekspor sebesar USD 145,09 juta.

Standar mutu dalam pembuatan *briquette* dengan kadar air 5-8%, kadar abu 38%, nilai kalor sebesar 7000 Kal/g, dan kadar sulfur 0,01% per satu *briquette* nya. *Briquette* sendiri dapat digunakan sebagai bahan bakar yang dapat memulai dan mempertahankan api agar tetap menyala. di Indonesia sendiri *briquette* biasanya digunakan untuk proses pembakaran dari skala kecil maupun besar seperti proses pembakaran untuk *barbeque* dan juga dapat digunakan untuk shisha.

pertumbuhan perekonomian sebuah perusahaan berdampak pada daya beli *customer* yang semakin meningkat. PT. Rusan Sejahtera merupakan perusahaan ekspor *briquette* di Indonesia yang mengalami penurunan penjualan. Saat ini PT. Rusan Sejahtera sudah memiliki beberapa customer yang loyal terhadapnya, salah satunya bpk Mussa yang berasal dari Lebanon yang sekarang masih memiliki kontrak kerja selama 2 tahun. Selama 3 tahun terakhir PT. Rusan Sejahtera sudah mengekspor *briquette*

sebanyak 3800 ton dengan nilai ekspor sebesar USD 4,75 juta. Per bulan PT. Rusan Sejahtera bisa meng ekspor maksimal 100 ton *briquette*.

Pada masa pandemic ini, banyak perusahaan yang sadar akan pentingnya *customer loyalty* yang merupakan hal yang tidak dapat dihilangkan, tidak terkecuali PT. Rusan Sejahtera. PT. Rusan Sejahtera terus berupaya untuk membuat strategi marketing yang terbaik bagi konsumen karena loyalitas pelanggan merupakan factor yang sangat mempengaruhi bagi kelangsungan hidup perusahaan agar bisa tetap bertahan dan mampu mempertahankan posisinya dipasar. terlebih pada masa pandemic ini, tentu menyebabkan banyak kekhawatiran terhadap tingkat penjualan yang semakin menurun. Maka dari itu diperlukannya strategi pemasaran yang baik dan pemikiran yang kreatif tanpa mengurangi kualitas dari produk itu sendiri.

Salah satu upaya yang dilakukan agar dapat tetap mempertahankan loyalitas pelanggan dengan memberikan promosi. Harga produk yang dipasarkan diturunkan untuk pelanggan yang sudah membeli produk lebih dari 4 container. Strategi yang dilakukan oleh PT. Rusan Sejahtera awalnya dapat membuat perusahaan tersebut merugi, tetapi dalam jangka waktu panjang jika pelanggan sudah loyal terhadap produk tersebut perusahaan dapat menaikkan harga sedikit demi sedikit sampai perusahaan kembali mendapatkan keuntungan.

I.2. Identifikasi Masalah

Masalah yang sering terjadi adalah apakah pelanggan tersebut akan loyal terhadap produk itu atau tidak. Kecepatan produksi dan konsistensi kualitas produk merupakan salah satu pengukur yang dapat menentukan loyalitas dari pelanggan itu sendiri. Bagian marketing pun harus lebih cermat dalam menangani masalah yang ada agar tetap dapat memuaskan pelanggan tentu tanpa mengurangi kualitas dari produk tersebut.

I.3. Rumusan Masalah

1. Apa strategi yang dilakukan untuk tetap mempertahankan penjualan tanpa mengurangi kualitas dari produk?
2. Bagaimana cara PT. Rusan Sejahtera tetap mempertahankan loyalitas pelanggan pada saat pandemic ini?

I.4. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian terhadap PT. Rusan Sejahtera adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui strategi pemasaran dari PT. Rusan Sejahtera untuk tetap mempertahankan loyalitas pelanggan pada saat pandemic.
2. Mengetahui strategi pemasaran PT. Rusan Sejahtera untuk tetap mempertahankan penjualan tanpa mengurangi kualitas produk.

I.5. Manfaat Penelitian

1. Hasil dari penelitian ini dapat berguna untuk mengetahui strategi marketing yang dapat mempertahankan loyalitas pelanggan.
2. Hasil dari penelitian ini dapat digunakan untuk perusahaan muda yang ingin mengetahui cara mempertahankan loyalitas pelanggan.

I.6. Sistematika Penulisan

Bab I Pendahuluan

Meliputi latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan metode penelitian.

Bab II Landasan Teori

Meliputi Profil perusahaan yang diteliti, pengertian ekspor, strategi pemasaran, tujuan dari pemasaran, jenis-jenis pemasaran, bauran pemasaran, dan loyalitas pelanggan.

Bab III Metode Penelitian

Meliputi desain penelitian, jenis-jenis penelitian, data dan sumber data, waktu dan lokasi penelitian, metode pengumpulan data yang meliputi wawancara dan observasi, keabsahan data, metode analisis data, dan panduan wawancara.