

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Tinjauan Terhadap Objek Studi

#### 1.1.1 Profil Perusahaan

Secara resmi Anka Adika Production (AAP) dicetuskan tanggal 20 Mei 1997 melalui SK Depdikbud (kini Depdiknas) No.1933/102.11/KS/1997. Dan Anton Yustian Jr., selaku pencetusnya. (AD/ART AAP, 1997). Setelah organisasi yang dicetuskan telah legal, program kerja yang dilakukan adalah mengadakan pagelaran besar pertunjukan teater musikal yang dilaksanakan secara terus menerus setahun dua kali atau persemester kemudian menjadi program kerja rutin tiap tahunnya

AAP adalah sebuah organisasi atau wadah kreatifitas remaja Bandung yang bergerak dibidang seni pertunjukan, dalam hal ini teater musikal. Pada awalnya penggarapan AAP hanya kabaret (*lipsync live*) saja, kemudian mencari bentuk garapan baru yang lebih unik maka munculah longser gaul.

Ciri khas AAP yaitu memadukan antara seni pertunjukan teater modern tanpa menghilangkan unsur tradisi. Perpaduan yang pas antara : Teater - Kabaret - Longser - Opera - *live* musik dan *modern & traditional Dance*.

Sebagian besar anggotanya adalah pelajar dan anak sekolah, maka sasaran penonton pertunjukan yang di gelar AAP adalah dari lingkungan pelajar sekolah. Mulai dari tingkat SD, SLTP dan SLTA baik negeri maupun swasta seBandung raya.

Sepanjang perjalanan hingga usia yang ke-17 tahun, AAP dapat mempersembahkan karya-karya terbaiknya, tercatat sudah lebih dari 1.000 kali pentas pagelaran yang dipertontonkan mulai dari tingkat sekolah, mahasiswa dan umum. AAP pernah mendapatkan penghargaan di festival teater alternatif nasional II (GKJ AWARD II) tahun 2003 lalu, dimana penghargaan yg di terima adalah juara II nasional, *best actreess*, naskah terbaik II, artistik terbaik III, sutradara terbaik II. Juga menjadi juara nasional di ajang festival teater seluruh Indonesia yang diselenggarakan di Jakarta tahun 2005 lalu, dengan meraih 5 piala dari 5 nominasi salah satunya aktris terbaik.

Dapat dikatakan bahwa AAP sudah mulai kenal luas oleh berbagai kalangan baik dari praktisi budaya, wartawan, sekolah, dan masyarakat umum lainnya. Komentar dan pendapat berbagai penonton yang sudah pernah menonton pagelaran pun bermunculan, menyatakan sangat puas dan percaya dengan produknya (pertunjukan teater musikal) dan dinilai sebagai pionir kelompok teater dalam seni pertunjukan yang mampu mengawinkan beberapa macam disiplin ilmu seni baik modern maupun unsur traditional.

Kegiatan yang dilakukan oleh AAP antara lain adalah pagelaran reguler yang diadakan persemester dan pembinaan, melalui kegiatan seminar, workshop, lomba dan festival. Juga pelatihan, mencakup seni tari, teater, musik dan vocal. Disamping itu juga mengadakan pertunjukan *accidental event* apabila ada permintaan dari klien.

### 1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

#### Visi

Menjadi pelopor masyarakat dalam membangkitkan integritas bangsa melalui seni dan budaya

#### Misi

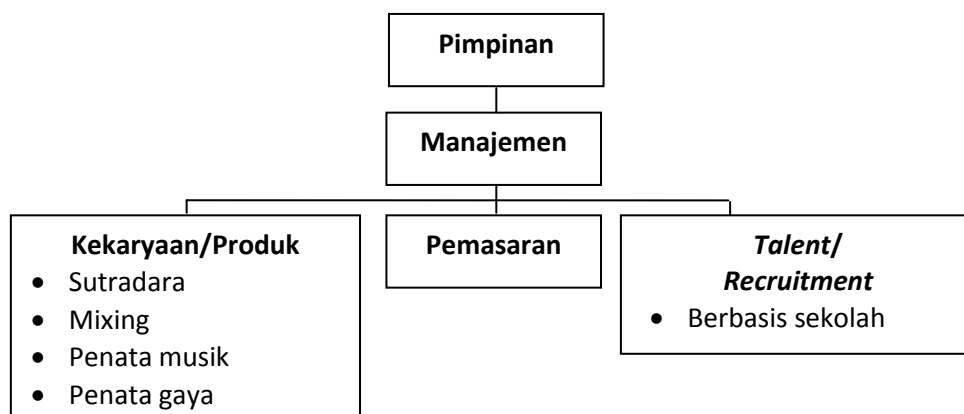
Pelestarian seni dan budaya dan membina generasi bangsa terhadap kecintaan pada seni dan budaya, bisa sukses

### 1.1.3 Struktur Organisasi

Struktur organisasi di AAP dapat dilihat pada Gambar 1.1

**Gambar 1.1**

**Struktur Organisasi Anka Adika Production (AAP)**



## 1.2 Latar Belakang Penelitian

Kebutuhan akan hiburan sangat di perlukan setiap individu. Dengan adanya hiburan manusia bisa kembali berpikiran jernih dan kembali fresh dalam menjalani semua aktifitasnya. Jaman dulu hiburan yang bisa di nikmati oleh manusia mungkin hanya sebulan sekali bahkan hanya satu tahun sekali di karenakan biaya pementasanya yang sangat mahal. Seiring perkembangan jaman kebutuhan akan hiburan menjadi sangat mudah di dapat tanpa harus mengeluarkan biaya yang sangat besar.

Pada saat itu belum ada persaingan dalam hal hiburan karena yang terpenting adalah masyarakat terhibur dengan adanya pementasan atau hiburan. Tetapi saat ini hiburan merupakan lahan bisnis yang menjanjikan.

Kegiatan hiburan langsung ada yang bersifat komersil maupun non komersil, dan memberikan peluang bagus bagi pelaku pengelola perusahaan jasa hiburan. Namun semakin banyak konsumen memilih hiburan langsung sebagai alternatif kebutuhan hiburannya, makin banyak pula pengelolaperusahaan jasa hiburan berlomba-lomba untuk menarik perhatian konsumen. Sehingga saat ini masyarakat memiliki banyak pilihan produk dan jasa hiburan langsung dengan berbagai tingkat mutu dan pelayanan. Hanya produk yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan serta memberikan kepuasan konsumenlah yang dapat bertahan dalam persaingan.

Perusahaan jasa hiburan sudah semestinya lebih terfokus pada konsumen agar dapat memenangkan persaingan. Dengan memberikan kepuasan pada konsumen maka akan dapat membangun kepercayaan konsumen dan akhirnya tercipta hubungan yang erat antara konsumen dan perusahaan.

Selanjutnya, perusahaan yang berwawasan pada pelanggan dapat menciptakan nilai yang lebih unggul dibanding pesaing-pesaingnya. Sehingga memaksa perusahaan jasa hiburan untuk melaksanakan pengembangan strategi pemasaran. Strategi pemasaran yang dimiliki perusahaan hendaknya tidak mudah ditiru oleh pesaing dan menopang tercapainya keunggulan bersaing yang berkelanjutan.

Salah satu strategi pemasaran yang sudah dilakukan dan dilaksanakan oleh perusahaan jasa hiburan adalah perusahaan jasa hiburan menganggap konsumen sebagai partner. Perusahaan harus menjaga hubungan baik dalam jangka panjang dengan konsumen. Strategi pemasaran ini menekankan tentang menjaga dan selalu

memperbaiki hubungan dengan pelanggan yang ada daripada mencari pelanggan-pelanggan baru atau lebih dikenal dengan konsep *relationship marketing*.

Mengutip dari Morgan dan Hunt (1994) "*relationship marketing refer to all activities directed toward establishing, developing and maintaining successful relational exchange*" konsep dasar dari *relationship marketing* adalah segala bentuk aktifitas pertukaran dengan penekanan membangun dan memelihara pelanggan untuk membangun hubungan jangka panjang.

Sedangkan *relationship quality* merupakan faktor penentu dalam konsep *relationship marketing*. Untuk melihat sampai sejauh mana *relationship marketing* yang diterapkan oleh perusahaan berhasil, ada beberapa dimensi dari *relationship quality* yang harus diperhatikan oleh perusahaan.

Seperti yang dikemukakan Henning dalam Thorsten *et al* (1997) "*relationship quality can be regarded as a metaconstruct composed of several key component reflecting the overall nature of the relationship between companies and consumer*"

Konsep secara umum *relationship quality* yang dikemukakan Dorsch *et al* (1998) adalah "*conceptualized relationship quality as a buyer's level trust, commitment and satisfaction to a seller firm*."

Sehingga sangat penting membangun kualitas keterhubungan (*relationship quality*) oleh perusahaan kepada pelanggannya adalah melalui beberapa dimensi yaitu kepercayaan (*trust*), komitmen (*commitment*) dan kepuasan (*satisfaction*) yang memegang peran kunci bagi kesuksesan hubungan jangka panjang (*long term relationship*) antara penjual dan pembeli yang pada akhirnya akan menciptakan loyalitas pembeli.

Untuk mempertahankan hubungan dengan pelanggan, AAP sebagai pelaku perusahaan jasa hiburan berupa teater musikal yang menampilkan longser modern atau longser gaul yang dikemas lebih inovatif, dinamis dan kreatif dengan menggabungkan antara seni tradisional Jawa Barat dipadu dengan kabaret sebagai seni modern yang sedang trend dikalangan anak muda Bandung telah menerapkan strategi *relationship marketing*. Strategi ini memberikan pengaruh positif, yang salah satunya adalah kepercayaan, kepuasan dan komitmen yang berpengaruh terhadap loyalitas apresiator.

Penerapan strategi *relationship marketing* ini ternyata banyak diikuti oleh kelompok-kelompok teater lain yang sejenis, yang sama-sama mengusung dan

menjual konsep produk seni pertunjukan teater musikal yang hampir sama atau mirip yang berpotensi menjadi saingan bagi AAP.

AAP dinilai sebagai pionir atau pecetus seni pertunjukan teater gaul, sudah cukup lama dalam mengadakan pertunjukan seni serta didukung oleh *team work* yang solid, inovatif dan kreatif, AAP sejauh ini masih tetap dipercaya dan berusaha tetap memberikan kepuasan kepada pelanggan dalam hal ini sekolah beserta para guru sebagai apresiator yang juga sebagai pengambilan keputusan di sekolah.

AAP dalam menjaga kepercayaan para apresiator sedapat mungkin menyelesaikan masalah-masalah/keluhan yang ada serta bersikap jujur dan toleran/bijaksana atas hal-hal yang kurang akurat/kurang tertib dari para apresiator. (Misalnya keterlambatan pembayaran tiket, keterlambatan kehadiran penonton/apresiasi yang bisa mempengaruhi jadwal pertunjukan serta ketidakakuratan jumlah penonton yang direncanakan.)

Kemudian Mempertahankan terus hubungan jangka panjang yang berharga yang saling menguntungkan antara perusahaan dan apresiator dalam bentuk komitmen dimana masing-masing pihak bersedia bekerja sama untuk mempertahankan hubungan ini

Dalam hal menjaga kepuasan pelanggan, manajemen dan team dari AAP selalu memberikan pelayanan terbaik, baik sebelum pagelaran, saat pagelaran maupun setelah selesainya pagelaran. Kemudahan dalam memperoleh informasi jadwal pagelaran, tema cerita pagelaran, tokoh/pemain pagelaran maupun hal-hal lainnya seperti pengambilan/pemesanan tiket serta cara pembayarannya selalu bisa dibicarakan bersama.

Pengaturan penonton saat masuk ataupun saat keluar begitu pula saat didalam gedung pertunjukan dilakukan senyaman mungkin. Interaksi antara penonton dengan para pemain kadangkala dimungkinkan sebagai interaksi yang komunikatif. Dari sisi fasilitas gedung pertunjukan AAP selalu memiliki gedung yang cukup dapat menampung ratusan penonton, mempunyai lapangan parkir yang luas serta mempunyai fasilitas pendukung lainnya seperti mushola, kamar mandi dan jamban yang bersih. Lokasinya juga selalu ditempat yang cukup strategis.

Namun demikian, pada kenyataannya enam tahun belakangan ini terjadi penurunan atau berkurangnya jumlah apresiator/penonton yang datang menonton pagelaran AAP

Tabel 1.1 berikut menunjukkan data perkembangan naik turunnya jumlah apresiator sekolah seBandung raya yang mengikuti pagelaran AAP.

**Tabel 1.1**  
**Data Perkembangan Apresiasi Sekolah SeBandung Raya**

| No. | Tahun | Semester | Jumlah Sekolah | Naik/Turun | %    |
|-----|-------|----------|----------------|------------|------|
| 1.  | 2009  | 2        | 52             | -          | -    |
| 2.  | 2010  | 1        | 46             | (6)        | (11) |
|     |       | 2        | 46             | -          | -    |
| 3.  | 2011  | 1        | 47             | 1          | 2    |
|     |       | 2        | 35             | (12)       | (25) |
| 4.  | 2012  | 1        | 61             | 26         | 72   |
|     |       | 2        | 28             | (33)       | (54) |
| 5.  | 2013  | 1        | 76             | 48         | 171  |
|     |       | 2        | 61             | (15)       | (19) |
| 6.  | 2014  | 1        | 45             | (16)       | (26) |

Pertunjukan teater musikal AAP dilaksanakan secara terus menerus setahun dua kali atau persemester kemudian menjadi program kerja rutin tiap tahunnya. Pada tahun 2009 semester 2 jumlah sekolah yang menonton pagelaran teater musikal AAP adalah sebesar 52 sekolah, namun pada tahun 2010 semester 1 terjadi penurunan jumlah sekolah yang menonton sebesar 46 sekolah. Tahun 2010 semester 2 tidak terjadi penurunan dan kenaikan jumlah penonton.

Kenaikan jumlah penonton terjadi kembali saat tahun 2011 semester 1 sebesar 1 sekolah saja, berbanding terbalik disemester 2 tahun 2011 terjadi penurunan jumlah penonton sebesar 12 sekolah. Masuk tahun 2012 semester 1 terjadi kenaikan jumlah penonton sebesar 26 sekolah dan pada semester 2 tahun 2012 penurunan jumlah penonton kembali terjadi sebesar 33 sekolah.

Di tahun 2013 semester 1 terjadi kenaikan jumlah penonton yang cukup besar yaitu 48 sekolah. Tetapi memasuki semester 2 tahun 2013 dan semester 1 tahun 2014 terjadi penurunan jumlah penonton terus menerus sebesar 15 sekolah dan 16 sekolah.

Berdasarkan data tersebut, maka dilakukan observasi awal dan wawancara dengan beberapa apresiator yaitu Matdon (Penyair/pemerhati budaya), Drs. Susie Octariana (Guru SMAN 3 Cimahi), Nita, Spd (Guru SMK Sangkuriang Cimahi), Drs. Sapto Laksono (Guru SMAN 3 Bandung), Drs Surahman (SMA Pasundan 1 Bandung) dan beberapa aktifis budaya lainnya menyampaikan pendapat dan opininya mengenai penurunan dan berkurangnya jumlah apresiator/penonton tersebut

diantaranya disebabkan oleh hal-hal yang kadang-kadang terjadi pada pagelaran-pagelaran sebelumnya yang dirasakan apresiator. diantaranya yaitu :

- Penumpukan penonton saat didalam maupun diluar gedung pertunjukan,
- Penumpukan penonton saat keluar/masuk gedung teater.
- Adanya kesulitan memperoleh informasi mengenai tema cerita pagelaran, tokoh serta penyampaian cerita pagelaran.
- Antrian di toilet dan di mushola.

Hal-hal tersebut menyebabkan adanya ketidakpuasan apresiator atas pelayanan dari manajemen AAP.

Informasi yang kurang tepat mengenai jumlah penonton serta ketidaktepatan waktu kehadiran penonton sering menimbulkan penumpukan jumlah penonton dan pengunduran jadwal pagelaran. Hal-hal ini menimbulkan keluhan dari para apresiator yang pada akhirnya menumbuhkan ketidakpercayaan terhadap AAP .

Melihat keadan diatas, hubungan yang berharga yang saling menguntungkan antara manajemen dan apresiator mulai tidak menguntungkan. Apresiator mulai tidak bersedia untuk bekerjasama lagi kemudian berpotensi untuk pindah ke kelompok lain bahkan tidak menonton lagi. Dampak buruknya lagi adalah penonton akan bercerita hal-hal yang negatif tentang perusahaan dan mulai tidak loyal kepada perusahaan.

Sedangkan loyalitas pelanggan memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan, mempertahankan pelanggan berarti meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan serta sebagai promosi gratis melalui *word of mouth* (Griffin, 2003), hal ini menjadi alasan utama bagi sebuah perusahaan untuk menarik dan mempertahankan pelanggan.

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk mengkaji ulang sejauh mana pengaruh kepuasan, kepercayaan dan komitmen terhadap loyalitas Apresiator AAP. Maka dari itu penulis melakukan penelitian dengan judul : **“PENGARUH KUALITAS KERELASIAN (*RELATIONSHIP QUALITY*) TERHADAP LOYALITAS APRESIATOR PADA TEATER MUSIKAL ANKA ADIKA PRODUCTION”**

### **1.3 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah dan penelitian permasalahan mengenai pengaruh kualitas kereliasian (*relationship quality*) terhadap loyalitas apresiator pada teater musikal anka adika production, maka untuk mempermudah kajian permasalahan yang lebih terperinci, masalah diidentifikasi sebagai berikut :

1. Bagaimana kepercayaan menurut persepsi apresiator di teater musikal AAP
2. Bagaimana kepuasan menurut persepsi apresiator di teater musikal AAP
3. Bagaimana komitmen menurut persepsi apresiator di teater musikal AAP
4. Bagaimana pengaruh *relationship quality* baik simultan maupun parsial terhadap loyalitas apresiator di teater musikal AAP

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui ;

1. Bagaimana kepercayaan menurut persepsi apresiator di teater musikal AAP
2. Bagaimana kepuasan menurut persepsi apresiator di teater musikal AAP
3. Bagaimana komitmen menurut persepsi apresiator di teater musikal AAP
4. Bagaimana pengaruh *relationship quality* baik simultan maupun parsial terhadap loyalitas apresiator di teater musikal AAP

### **1.5 Kegunaan Penelitian**

Penelitian dilakukan untuk mendapatkan kegunaan. Kegunaan dalam penelitian ini dibagi menjadi dua, yaitu kegunaan teoritis dan kegunaan praktis.

#### **1.5.1 Kegunaan Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangkan pemikiran dalam bidang ilmu manajemen pemasaran, khususnya pemasaran jasa sehingga diharapkan bisa menjadi acuan bagi para peneliti selanjutnya.

#### **1.5.2 Kegunaan Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi, ide dan gagasan pemikiran terhadap pihak AAP untuk dapat meningkatkan lagi nilai kepuasan dan kepercayaan serta komitmen sehingga akan menciptakan loyalitas apresiator khususnya apresiator AAP.



## **1.6 Sistematika Penulisan**

Adapun sistematika penulisan ini adalah sebagai berikut :

- Bab I Pendahuluan yang berisi Tinjauan Terhadap Objek Studi, Latar Belakang penelitian, Identifikasi Masalah, Tujuan Penelitian, Kegunaan Penelitian, dan Sistematika Penulisan.
- Bab II Tinjauan Pustaka yang berisi Rangkuman Teori dan penelitian-penelitian sebelumnya yang berhubungan dengan penelitian ini serta kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian
- Bab III Metode Penelitian berisi Jenis Penelitian, Variabel Operasional, Tahapan Penelitian, populasi dan sampel, Teknik Pengumpulan Data, Teknik Analisis Data.
- Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan yang berisi Karakteristik Responden, Hasil Penelitian dan Pembahasan Hasil Penelitian.
- Bab V Kesimpulan dan Saran berisi kesimpulan dan saran.