

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### 2.1. Kualitas Hubungan Bisnis

Kualitas hubungan atau *relationship quality* adalah salah satu konsep teori dalam bidang hubungan pemasaran. Tujuan kualitas hubungan adalah untuk memperkuat hubungan yang sudah terjalin antara perusahaan dengan konsumen maupun model hubungan bisnis antar perusahaan menjadi lebih kuat sampai pada tingkat loyal (Rauyeruen *et al.*, 2016). Hal ini didasarkan pada keyakinan bahwa untuk membangun hubungan bisnis (dengan pelanggan maupun perusahaan lain) dalam jangka waktu yang panjang, dibutuhkan berbagai macam kegiatan termasuk didalamnya adalah hubungan bisnis yang menarik. Hal ini telah dibuktikan dalam bisnis bahwa untuk menjaga dan mengembangkan kualitas hubungan dengan pelanggan atau perusahaan lain pihak perusahaan melakukan berbagai macam usaha untuk memelihara dan meningkatkan hubungan bisnis. Kualitas hubungan yang dibangun memiliki korelasi positif dengan kepuasan maupun loyalitas pelanggan (Nejad *et al.*, 2016). Hal ini sesuai dengan pernyataan Deshpande *et al.* (2013) yang menyatakan bahwa memelihara hubungan dengan rekan bisnis (pelanggan) adalah hal yang paling penting dan mendasar dari budaya perusahaan. Pemeliharaan hubungan merupakan salah satu faktor penting dalam rangka mewujudkan hubungan bisnis secara terus menerus antara perusahaan dan pelanggan.

Kualitas hubungan didefinisikan Mowen dan Minor (2012) sebagai sebangun konsep yang berlaku atas bermacam efek positif yang dimunculkan oleh suatu relasi yang melukiskan seluruh relasi dan luasnya relasi bagi bagian yang dicukupi kebutuhan dan ekspektasinya. Morgan dan Hunt (2012) mendefinisikan kualitas hubungan sebagai segala aktivitas bisnis yang diarahkan untuk membangun, mengembangkan, dan memelihara pertukaran hubungan antara dua pihak atau lebih guna memperoleh kesuksesan dalam bisnis. Smith dan Donald (1997) seperti dikutip Nejad *et al.* (2016) mendefinisikan kualitas hubungan sebagai suatu konsep yang terdiri dari bermacam dampak positif oleh sebab hubungan yang menggambarkan semua hubungan dan luas hubungan dengan pihak yang terpenuhinya kebutuhan serta harapannya. Berdasarkan hal tersebut maka dapat disimpulkan bahwa kualitas hubungan adalah kualitas yang ditunjukkan dari suatu hubungan yang dibangun antara dua pihak, yang mana kualitas hubungan muncul dari interaksi yang terjadi dari satu pihak kepada pihak lain secara terus-menerus.

Kualitas hubungan antar dua pihak diwujudkan dalam banyak hal. Pada industri pertanian, kualitas hubungan dapat terjalin antara petani dengan perusahaan-perusahaan yang berhubungan dengan sektor pertanian seperti perusahaan penyedia bibit, pupuk maupun alat-alat pertanian. Perusahaan lain yang berhubungan secara bisnis dengan petani adalah perusahaan-perusahaan yang bersedia menampung atau membeli produk-produk hasil pertanian. Pada prakteknya, perusahaan-perusahaan penyedia barang-barang kebutuhan pertanian juga berperan sebagai perusahaan-perusahaan yang menampung atau membeli hasil pertanian tersebut.

Dalam konteks kualitas hubungan, Keco *et al.* (2019) hubungan bisnis antara petani dan perusahaan dibangun melalui berbagai cara antara lain adalah:

1. Kualitas produk, dengan cara mengetahui dengan baik cara pemanenan, pengiriman, penanaman dan pemanenan yang tepat waktu, serta pemilihan produk pertanian yang tepat.
2. Kualitas bahan baku, kualitas hubungan antara petani dan perusahaan dibangun melalui cara pemilihan pupuk dan obat-obatan serta pestisida yang tepat untuk tanaman, serta pemilihan bibit tanaman yang tepat.
3. Peningkatan keuntungan, kualitas hubungan antara petani dan perusahaan dibangun melalui kesepakatan harga produk hasil pertanian atas dasar perjanjian yang telah dibuat dengan tujuan untuk menjaga kestabilan harga.
4. Peningkatan kualitas produk, melalui kualitas hubungan, petani dan perusahaan akan menjaga produk (bibit) yang disediakan bagi petani, di sisi lain petani akan menjaga kualitas hasil pertanian yang dihasilkan. Melalui cara ini, petani maupun perusahaan akan mendapatkan bibit atau hasil pertanian yang berkualitas dan berkolaborasi untuk meningkatkan teknologi dalam budidaya pertanian.
5. Pengembangan hasil pertanian, melalui hubungan bisnis yang dibangun, perusahaan memiliki kebiasaan untuk berinvestasi dengan memberikan pinjaman kepada petani, dan bersama-sama membuat rencana yang terprogram dengan baik dalam pengembangan hasil pertanian.

Meningkatkan kualitas hubungan dalam bisnis merupakan hal yang perlu untuk dilakukan oleh masing-masing pihak yang menjalin hubungan bisnis. Kualitas hubungan bisnis yang semakin besar akan memberikan manfaat bagi kedua belah pihak. Santouridis dan Veraki (2017) menyatakan bahwa kualitas hubungan bisnis yang baik akan memberikan kontribusi positif bagi perusahaan dalam berbagai macam bentuk seperti:

1. Peningkatan pendapatan

Kualitas hubungan yang baik akan memberikan kontribusi pada segi efisiensi proses operasional perusahaan. Hal ini akan memberikan dukungan pada efektivitas proses dan efisiensi biaya. Dampaknya adalah semakin besar pendapatan yang dapat diperoleh masing-masing pihak.

2. Mendorong loyalitas

Melalui hubungan bisnis, masing-masing pihak akan memiliki komitmen yang tinggi untuk menjalankan perannya masing-masing dengan baik. Komitmen masing-masing pihak akan mendorong loyalitas yang semakin tinggi dalam hubungan bisnis.

3. Mengurangi biaya

Hubungan bisnis yang baik akan membuat masing-masing pihak memberikan yang terbaik bagi pihak lain. Di sisi yang lain, satu pihak dapat mengandalkan pihak lain untuk dapat memenuhi kebutuhan bisnisnya. Kontribusi yang diperoleh adalah dapat melakukan efisien biaya dalam proses operasional perusahaan.

#### 4. Meningkatkan efisiensi operasional

Melalui hubungan bisnis, salah satu pihak dapat memperoleh barang-barang kebutuhan dari satu atau beberapa perusahaan yang menjalin hubungan bisnis. Manfaat yang dapat diperoleh adalah efisiensi dalam hal operasional proses produksi.

#### 5. Peningkatan *time to market*

Hubungan bisnis yang baik akan memudahkan perusahaan untuk menyampaikan informasi atau produk ke pasar. Hal ini karena sudah dipastikan ada perusahaan yang siap untuk menerima (membeli) hasil produksi perusahaan. Artinya, melalui hubungan bisnis, informasi mengenai produk akan dapat diketahui dengan lebih cepat oleh mitra bisnis, dan perusahaan akan dapat dengan lebih cepat menjual produk yang dihasilkan.

### **2.2. Kepuasan Hubungan Bisnis**

Hubungan bisnis yang dibangun antara dua belah pihak atau lebih tentunya memiliki tujuan. Salah satu bentuk tujuan yang hendak dicapai adalah memperoleh keuntungan yang dapat diraih secara bersama atas kegiatan (hubungan bisnis) yang dibangun. Melalui jalinan hubungan bisnis, kedua belah pihak yang menjalin hubungan bisnis akan mampu untuk mencapai tujuan bersama. Banyak faktor yang mempengaruhi atau menentukan bagaimana sebuah perusahaan bisa menjalin hubungan bisnis yang baik dalam jangka panjang dengan mitra bisnisnya. Salah satu faktor tersebut adalah seberapa besar kemampuan perusahaan untuk dapat bekerja

sama dan memuaskan relasi bisnisnya. Keberhasilan untuk mencapai tujuan yang telah disepakati akan memberikan kepuasan dalam hubungan bisnis diantara kedua belah pihak. Hal ini menunjukkan bahwa salah satu *outcomes* dalam hubungan bisnis adalah untuk memperoleh kepuasan.

Kepuasan hubungan bisnis didefinisikan Jack dan Powers (2015) sebagai kondisi afektif yang positif hasil penilaian atas segala bentuk aspek hubungan kerja antara perusahaan satu dengan perusahaan yang lainnya. Kotler dan Keller (2016) mendefinisikan kepuasan hubungan bisnis sebagai perasaan pihak lain mengenai rasa senang atau kecewa yang berasal dari evaluasi perbandingan antara pengorbanan yang dikeluarkan dengan hasil atau manfaat diterima serta harapannya. Hal ini menunjukkan bahwa puas atau tidaknya hubungan yang dijalin antara satu bisnis dengan bisnis yang lain ditentukan oleh bagaimana evaluasi individu (bisnis) pada hubungan yang dibangun. Semakin baik kualitas hubungan yang dibangun antara perusahaan akan semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang diperoleh dari hubungan bisnis yang dijalin.

Kepuasan hubungan dalam bisnis di industri pertanian dapat diukur dengan menggunakan beberapa indikator sebagai berikut (Keco *et al.*, 2019):

1. Kepuasan petani atas harga yang ditawarkan oleh pembeli (perusahaan) yang berperan sebagai rekan bisnis.
2. Kepuasan petani atas informasi pasar mengenai produk pertanian yang diperoleh dari pembeli (perusahaan) dalam peranannya sebagai rekan bisnis.
3. Rekan bisnis (perusahaan pembeli) yang menawarkan harga (keuntungan) yang lebih besar.

4. Ketepatan jumlah pembayaran dan waktu pembayaran yang dilakukan pembeli (perusahaan) atas hubungan bisnis yang dibangun.

Kepuasan yang dirasakan oleh masing-masing pihak dalam hubungan bisnis akan memberikan pengaruh positif bagi pihak-pihak yang menjalin hubungan bisnis. Tjiptono (2015) menyatakan bahwa manfaat yang didapat oleh masing-masing perusahaan berkaitan dengan kepuasan hubungan bisnis adalah:

1. Terjalinnnya relasi hubungan dalam jangka panjang antar perusahaan.
2. Terbentuk peluang pertumbuhan bisnis melalui pembelian ulang, pembelian silang dan peningkatan jumlah pembelian.
3. Meningkatnya loyalitas dalam hubungan bisnis.
4. Bertambahnya jumlah konsumen karena adanya rekomendasi dari relasi bisnis kepada pihak lain untuk menjalin hubungan bisnis dengan perusahaan yang direkomendasikan.
5. Peningkatan reputasi perusahaan.
6. Peningkatan laba perusahaan.

### **2.3. Penelitian Terdahulu**

Penelitian yang menguji pengaruh kualitas produk, kualitas bahan baku, peningkatan keuntungan, peningkatan kualitas produk dan pengembangan hasil Pertanian terhadap kepuasan hubungan bisnis telah banyak dilakukan. Berikut ini dipaparkan mengenai beberapa penelitian terdahulu yang mendukung penelitian ini:

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Judul, Nama Author (th)	Variabel Amatan	Metode Penelitian	Analisis Hasil dan Kesimpulan
1	<i>To contract or not contract: implications for farmer-buyer trading relation performance.</i> Keco et al. (2019).	a. Kepuasan hubungan bisnis b. Kualitas produk yang diperdagangkan c. Kualitas bahan baku d. Peningkatan keuntungan e. Peningkatan kualitas produk f. Pengembangan hasil pertanian	Teknik analisis data memakai regresi linier berganda serta analisis <i>Oneway Anova</i>	Kualitas produk, kualitas bahan baku, peningkatan keuntungan, peningkatan kualitas produk, dan pengembangan hasil pertanian memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan hubungan bisnis.  Petani yang mengikat kontrak secara tertulis memiliki tingkat kualitas produk, kualitas bahan baku, peningkatan keuntungan, peningkatan kualitas produk, pengembangan hasil pertanian, dan kepuasan hubungan bisnis yang lebih baik dibandingkan petani yang mengikat kontrak secara tidak tertulis maupun yang tidak mengikat kontrak
2	<i>Modelling buyer-seller relationships in agribusiness in South East Asia.</i> Batt (2018).	a. Kualitas produk b. Harga yang lebih baik c. Kepuasan d. Komitmen e. Kepercayaan	Metode analisis data menggunakan analisis regresi	Kualitas produk dan harga yang lebih baik memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan.  Kepuasan memiliki pengaruh yang positif terhadap kepercayaan.  Kepercayaan memiliki pengaruh yang positif terhadap komitmen.
3	<i>The impact of independent retailers' relationship marketing practices on business performance.</i> Makhitha (2017).	a. Kinerja b. Perbaikan harga c. Kualitas hubungan	Teknik analisis data memakai regresi linier berganda serta analisis <i>Oneway Anova</i>	Perbaikan harga dan kualitas hubungan memiliki pengaruh terhadap kinerja bisnis  Model hubungan kolaborasi menghasilkan kinerja, perbaikan harga dan kualitas hubungan yang lebih tinggi dibandingkan model hubungan jangka panjang maupun transaksional



Lanjutan Tabel 2.1

No	Judul, Nama Author (th)	Variabel Amatan	Metode Penelitian	Analisis Hasil dan Kesimpulan
4	<i>The Role of Intermediaries' Power on Contracting Decision between Farmers and Intermediaries.</i> Xhoxhi <i>et al.</i> (2019).	a. Kepercayaan b. Akses informasi c. Kualitas bahan baku d. Kualitas produk e. Peningkatan keuntungan f. Eksistensi pemerintah g. Kualitas hubungan	Teknik analisis data memakai regresi linier berganda serta analisis <i>Oneway Anova</i>	Akses informasi, kualitas bahan baku, kualitas produk, peningkatan keuntungan dan eksistensi pemerintah memiliki pengaruh terhadap kualitas dan kepercayaan  Petani yang menjalin kontrak memiliki tingkat kepercayaan, kualitas hubungan (kepercayaan akses informasi, kualitas bahan baku, kualitas produk, peningkatan keuntungan dan eksistensi pemerintah) lebih tinggi dibandingkan petani yang tidak mengikat kontrak
5	<i>Impact of Relationship Quality with Customer (Relationship Marketing) on Customer Loyalty in Customer-Oriented Strategy (Case Study Agriculture Bank Customers- Tehran-Iran).</i> Tahmasbizadeh <i>et al.</i> (2016)	a. <i>Commitment</i> b. <i>Contatc</i> c. <i>Culture</i> d. <i>Trust</i> e. <i>Relation Marketing</i> f. <i>Loyalty</i> g. <i>Continue purchase</i> h. <i>Satisfaction</i>	Teknik analisis data memakai analisis <i>Structural Equation Modelling</i>	Perusahaan yang menjalin hubungan bisnis memiliki tingkat loyalitas yang semakin tinggi diantara keduanya. Tingkat loyalitas yang semakin tinggi memberikan pengaruh terhadap peningkatan pembelian ulang dan kepuasan dalam hubungan bisnis
6	<i>The Effect of Relationship Quality on Contract Farming: The Mediating Role of Conflict Between Trading Partners in Albania.</i> Maloku <i>et al.</i> (2021)	a. Kepuasan b. Komitmen c. Kepercayaan d. Konflik e. Kontrak	Teknik analisis data memakai analisis <i>Structural Equation Modelling</i>	Kepuasan, komitmen dan kepercayaan memiliki pengaruh yang signifikan untuk menurunkan konflik yang terjadi dalam hubungan bisnis. Kontrak dalam model hubungan bisnis memberikan kontribusi pada peningkatan kepuasan, komitmen dan kepercayaan serta menurunkan risiko konflik.

## 2.4. Kerangka Penelitian

Pengaruh kualitas produk, kualitas bahan baku, peningkatan keuntungan, peningkatan kualitas produk, dan pengembangan hasil pertanian terhadap kepuasan hubungan bisnis diterangkan dalam sebuah kerangka riset berikut:



Sumber: Keco *et al* (2019)

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Penelitian**

## **2.5. Hipotesis Penelitian**

### **2.5.1. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan hubungan bisnis**

Dalam hubungan bisnis antar perusahaan (B2B), kualitas produk yang diperdagangkan (diperjual-belikan) akan menentukan kualitas hubungan bisnis kedua belah pihak. Kemampuan sebuah perusahaan sebagai pemasok bagi pihak lain untuk menyediakan produk yang berkualitas akan meningkatkan kepuasan dalam hubungan bisnis. Hasil riset Keco *et al.* (2019) membagikan bukti nyata adanya dampak kualitas produk berkenaan kepuasan hubungan bisnis. Mengacu hasil penelitian itu, peneliti mengutarakan hipotesis awal riset yaitu:

**H1: Kualitas produk berpengaruh positif pada kepuasan hubungan bisnis.**

### **2.5.2. Pengaruh kualitas bahan baku terhadap kepuasan hubungan bisnis**

Hubungan bisnis antara petani dengan perusahaan mitra diwujudkan dalam berbagai macam bentuk. Sebagai perusahaan mitra bisnis petani, perusahaan harus dapat menyediakan berbagai macam produk yang dibutuhkan petani untuk menunjang usahanya. Bibit yang unggul dan bervariasi, pupuk dan pestisida yang tersedia dan berkualitas baik akan membantu petani dalam kegiatan pertanian mereka. Kemampuan perusahaan mitra bisnis dalam beberapa hal tersebut akan memperkuat kualitas hubungan bisnis bagi kedua belah pihak. Penelitian Batt (2018) secara empirik terbukti bahwa kualitas bahan baku yang disediakan mitra bisnis akan berdampak pada semakin tingginya tingkat kepuasan hubungan bisnis. Mengacu hasil penelitian itu, peneliti mengutarakan hipotesis awal riset yaitu:

**H2: Kualitas bahan baku berpengaruh positif pada kepuasan hubungan bisnis.**

### **2.5.3. Pengaruh peningkatan keuntungan terhadap kepuasan hubungan bisnis**

Pada saat terjalin hubungan bisnis antara petani dan mitra bisnis, kedua belah pihak telah membuat kesepakatan mengenai beberapa hal yang harus dilakukan oleh masing-masing pihak sebagai bentuk komitmen diantara keduanya. Mitra bisnis sebagai pembeli hasil pertanian akan membeli produk-produk pertanian dengan harga yang baik dan membayarkannya pada petani sesuai dengan harga yang telah disepakati. Hal ini merupakan bentuk riil implementasi perjanjian yang telah dibuat. Penelitian Makhitha (2017) membuktikan bahwa peningkatan keuntungan yang didapat oleh masing-masing pihak akan meningkatkan kepuasan hubungan bisnis kedua belah pihak. Mengacu hasil penelitian itu, peneliti mengutarakan hipotesis awal riset yaitu:

**H3: Peningkatan keuntungan berpengaruh positif pada kepuasan hubungan bisnis.**

### **2.5.4. Pengaruh peningkatan kualitas produk terhadap kepuasan hubungan bisnis**

Hubungan bisnis yang dibangun oleh dua pihak atau lebih diimplementasikan melalui berbagai macam kegiatan seperti pertukaran informasi atau pengetahuan. Melalui pertukaran informasi atau pengetahuan, salah satu pihak akan mampu meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan. Melalui hubungan bisnis, petani akan mampu meningkatkan keamanan hasil produk pertanian dan menerapkan budidaya pertanian dengan lebih baik (Keco *et al.*, 2019). Dampaknya bagi hubungan bisnis

adalah semakin tingginya tingkat kepuasan hubungan bisnis diantara kedua belah pihak. Mengacu hasil penelitian itu, peneliti mengutarakan hipotesis awal riset yaitu:

**H4: Peningkatan kualitas produk berpengaruh positif pada kepuasan hubungan bisnis.**

#### **2.5.5. Pengaruh pengembangan hasil pertanian terhadap kepuasan hubungan bisnis**

Perusahaan mitra memberikan banyak bentuk dukungan kepada petani untuk meningkatkan hasil pertanian. Melalui hubungan bisnis yang dibangun, perusahaan mitra memberikan dukungan kepada petani dalam hal modal dan memberikan tambahan ilmu pengetahuan tentang bagaimana melakukan perencanaan produksi hasil pertanian dengan lebih baik. Beberapa hal yang diberikan perusahaan mitra tersebut dilakukan untuk mengembangkan hasil pertanian yang dibudidayakan petani. Penelitian Keco *et al.* (2019) memberikan bukti nyata adanya hubungan antara pengembangan hasil pertanian dengan kepuasan hubungan bisnis. Mengacu hasil penelitian itu, peneliti mengutarakan hipotesis awal riset yaitu:

**H5: Pengembangan hasil pertanian berpengaruh positif pada kepuasan hubungan bisnis.**

**2.5.6. Perbedaan tingkat kepuasan hubungan bisnis, kualitas produk, kualitas bahan baku, peningkatan keuntungan, peningkatan kualitas produk, dan pengembangan hasil pertanian, antara pedagang dan pembeli yang mengikat kontrak secara tertulis, mengikat kontrak tidak secara tertulis dan tidak mengikat kontrak**

Tidak dapat dipungkiri bahwa kesuksesan bisnis didukung oleh banyak faktor. Salah satu faktor tersebut adalah bagaimana sebuah perusahaan mengikat kontrak dengan perusahaan lainnya. Kontrak yang dibuat oleh kedua belah pihak akan membantu masing-masing pihak bahwa pihak lain akan memiliki komitmen untuk menjalankan tugas dan kewajibannya. Hal ini tentunya akan saling memberikan dukungan satu dengan yang lainnya. Kondisi ini akan berbeda pada hubungan bisnis yang tidak diikat melalui kontrak kerja. Satu pihak dapat melalaikan tugas dan kewajibannya dan hanya mengejar keuntungan pribadi semata. Jika hal ini terjadi maka dapat dipastikan tidak akan ada kepuasan dari hubungan bisnis yang dijalin.

Penelitian Makhitha (2017) membuktikan bahwa perusahaan yang menjalin kontra bisnis akan mampu memperoleh harga dan kepuasan yang lebih tinggi. Xhoxhi *et al.* (2019) dalam penelitiannya juga menemukan bukti empiris bahwa petani yang menjalin kontrak dengan mitra bisnis (perusahaan) memiliki kualitas hubungan yang lebih baik melalui bukti kualitas bahan baku yang terjamin, suplai kualitas produk yang berkualitas, serta peningkatan keuntungan yang diperoleh. Penelitian Keco *et al.* (2019) juga melengkapi penelitian yang lainnya dimana ikatan kontrak antar petani dan perusahaan mitra bisnis menghasilkan peningkatan kualitas produk maupun dalam hal

pengembangan hasil pertanian. Mengacu beberapa hasil penelitian itu, peneliti mengutarakan hipotesis awal riset yaitu:

**H6: Terdapat perbedaan tingkat kepuasan hubungan bisnis, kualitas produk, kualitas bahan baku, peningkatan keuntungan, peningkatan kualitas produk, dan pengembangan hasil pertanian, antara pedagang dan pembeli yang mengikat kontrak secara tertulis, mengikat kontrak tidak secara tertulis dan tidak mengikat kontrak.**

