

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Transportasi laut di Indonesia semakin mengalami peningkatan dengan adanya ekspor dan impor barang dari dalam maupun luar negeri. Dan hal itu mendorong banyaknya bermunculan, baik itu bergerak di bidang jasa ataupun barang, tidak terkecuali industri jasa transportasi dalam hal keagenan kapal. Para pelaku usaha keagenan berlomba-lomba berupaya memenuhi kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen sehingga produsen dapat memastikan bahwa pengguna jasa (*costumer*) nya tetap loyal meski terjadi perubahan. Selera konsumen dan perubahan yang terjadi di lingkungan sekitar turut andil di dalamnya, tentunya perusahaan pelayaran harus jeli memanfaatkan peluang bisnis keagenan yang ada, mengidentifikasi kebutuhan crew serta kapal untuk mendapatkan dan menggunakan jasa di dalam proses keputusan kepuasan pelayanan terhadap pengguna jasa. Jasa-jasa keagenan yang diberikan perusahaan sangat beragam. Perusahaan tentu saja ingin mempertahankan eksistensi perusahaan untuk dapat mencapai tingkat pertumbuhan yang diinginkan. Pemasaran merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan dalam usahanya mempertahankan kelangsungan hidup dalam persaingan usaha yang semakin ketat dan untuk mengembangkan usahanya. Dengan banyaknya pelaku bisnis, membuat pelaku usaha wajib menerapkan strategi pemasaran yang inovatif agar dapat bersaing dan mampu melangsungkan bisnisnya dengan mempertahankan konsumen sehingga konsumen tetap loyal terhadap jasa yang ditawarkan. Beberapa perusahaan pelayaran mempunyai cara untuk mempertahankan pelanggan mereka dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan dan penanganan keagenan dijadikan sebagai cara perusahaan mempertahankan loyalitas pelanggan. Respon pelayanan yang baik dapat mampu menjadikan ekspektasi yang diinginkan sesuai yang diharapkan, sehingga akan menciptakan loyalitas pada

perusahaan tersebut. Pengguna jasa yang loyal kepada perusahaan merupakan aset berharga untuk membuat perusahaan tersebut mampu bersaing di dunia pelayaran.

Konsumen dan pelanggan merupakan mitra utama bagi pemasar, pelanggan (*costumer*) berbeda dengan konsumen (*consumer*), seorang dapat dikatakan sebagai pelanggan apabila orang tersebut mulai membiasakan diri untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan oleh badan usaha. Kebiasaan tersebut dapat dibangun melalui pembelian berulang dalam jangka waktu tertentu, apabila dalam jangka waktu tertentu tidak melakukan pembelian ulang maka orang tersebut tidak dapat dikatakan sebagai pelanggan tetapi sebagai seorang pembeli (Musanto, 2010). Dengan kondisi persaingan yang sangat kompetitif ini perusahaan jasa seperti seharusnya mulai menyadari betapa sentralnya peran pengguna jasa dalam bisnis mereka, bahwa pengguna jasalah yang jadi alasan keberadaan mereka. Oleh karena itu, banyak perusahaan mempertahankan pasar mereka melalui program pengembangan loyalitas pelanggan. Ini merupakan salah satu strategi perusahaan untuk mempertahankan bisnis dan profit perusahaan (Arlan Ruly, 2016). Imbalan dari loyalitas sendiri bersifat jangka panjang dan kumulatif, jadi semakin lama seorang pelanggan loyal terhadap suatu produk/jasa, semakin besar laba yang diperoleh perusahaan dari seorang calon pelanggan (Griffin, 2012). Sedangkan menurut Muyas Syaroh (dalam Sapta Sagita, 2015), loyalitas pelanggan merupakan akibat dari suatu percobaan awal sebuah produk yang diperkuat melalui kepuasan sehingga akan mengarah pada pembelian ulang. Pembelian ulang oleh konsumen tentu saja akan meningkatkan volume penjualan yang berarti akan meningkatkan laba perusahaan.

Kualitas pelayanan terutama dalam bisnis jasa, yang dalam pembahasan ini adalah PT Djakarta Llyod (Persero), merupakan salah satu pemikiran yang sering digunakan dalam menilai travel tersebut seutuhnya, dan pelangganlah yang menilainya. Sulistiyono (2016) mengatakan bahwa unsur-unsur yang membentuk pelayanan yang berkualitas merupakan

perpaduan dari kualitas manusia yang dicerminkan oleh perilaku atau sikap pribadi dalam berinteraksi dengan para pelanggan. Tetapi komponen dan unsur pelayanan sulit diinventorikan, jadi dapat dikatakan bahwa pelayanan adalah berkaitan dengan proses, dimana produk yang dinikmati oleh pelanggan berupa pengalaman. Pelayanan yang berkualitas dan bermutu merupakan salah satu kunci keberhasilan untuk memuaskan pelanggan dalam berbagai usaha yang bersifat jasa (Lupiyoadi, 2011).

Kualitas komunikasi merupakan bagian penting dalam menjalin kerjasama yang baik antara perusahaan dan pengguna jasa, pelayanan Publik Komunikasi sebagai jembatan dalam memulai suatu hubungan serta berjalan dua arah sangatlah dibutuhkan dalam pelayanan publik. Melayani dan dilayani adalah merupakan salah satu bentuk proses interaksi dalam kehidupan bermasyarakat yang mana komunikasi tersebut dapat berupa keluhan konsumen yang didominasi oleh sikap kurang sopan komunikasi petugas operasional baik karena tingkah laku maupun cara bahasa pada saat bertatap muka. Keluhan lain yang disampaikan adalah ketidak tanggapan seseorang terhadap sistem maupun penanganan yang telah terkomunikasikan.

Kepuasan pengguna jasa Menurut Schnaars (dalam Tjiptono, 2017), pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan para konsumen yang merasa puas. Kepuasan konsumen merupakan hasil dari perbandingan antara harapan dan kenyataan yang diterima oleh pelanggan dalam mengkonsumsi barang dan jasa. Kepuasan yang tinggi atau kesenangan yang meningkat cenderung berdampak langsung pada tingkah laku dan sikap pelanggan dengan menurunnya tingkat keluhan, penambahan kepercayaan dan pengulangan pembelian jasa juga terjadinya kelekatan emosional terhadap merek, dan juga preferensi rasional sehingga hasilnya adalah kesetiaan (loyalitas) pengguna jasa yang tinggi.

Loyalitas pengguna jasa menurut Tjiptono (2012:110): "Loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko, pemasok berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam

pembelian ulang yang konsisten. Menurut Frederick F Reichheld (dalam Rangkuti, 2012), jika konsumen mempunyai keinginan penuh membeli suatu produk/layanan tertentu lagi, pada saat konsumen membutuhkan produk/layanan tersebut, itulah yang disebut loyalitas. pelanggan dapat terus menggunakan jasa secara berkesinambungan dan merekomendasikannya pengguna jasa lain, serta pelanggan yang memiliki tingkat loyalitas yang tinggi memiliki kekebalan akan pengaruh dari pesaing

Seringkali, pelayanan transportasi laut di Indonesia dalam pelayanan jasa keagenan kurang memberikan kontribusi yang baik dan menciptakan kepuasan bagi penggunanya. Oleh sebab itu untuk mencapai tingkat loyalitas yang optimal tentunya tidaklah mudah beberapa faktor yang mempengaruhi loyalitas pengguna jasa keagenan dalam pelayanan, komunikasi, kepuasan adalah kunci dalam pencapaian loyalitas pengguna jasa memberi kontribusi bagi suatu perusahaan. Untuk itu judul skripsi yang dipilih oleh penulis adalah : **“ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KOMUNIKASI, DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS PENGGUNA JASA KEAGENAN KAPAL (Studi kasus pada PT. Djakarta Lloyd cabang Semarang).**

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah diatas diketahui ada beberapa faktor yang mempengaruhi loyalitas pengguna jasa PT Djakarta Lloyd (Persero), seperti faktor kualitas pelayanan, faktor kualitas komunikasi, serta faktor kepuasan. Oleh karena itu, peneliti merumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pengguna jasa keagenan kapal PT Djakarta Lloyd (Persero) cabang Semarang.
2. Apakah komunikasi berpengaruh terhadap loyalitas pengguna jasa keagenan kapal PT Djakarta Lloyd (Persero) cabang Semarang.
3. Apakah kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas pengguna jasa keagenan PT Djakarta Llyod (Persero) cabang Semarang.

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai melalui penyusunan skripsi ini adalah :

- 1) Untuk menganalisis Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pengguna jasa keagenan PT Djakarta Lloyd (Persero) cabang Semarang.
- 2) Untuk menganalisis Apakah komunikasi berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pengguna jasa keagenan PT Djakarta Lloyd (Persero) cabang Semarang.
- 3) Untuk menganalisis Apakah Kepuasan berpengaruh positif terhadap loyalitas pengguna jasa keagenan PT Djakarta Lloyd (Persero) cabang Semarang.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

- 1) Akademis

Sebagai cara untuk menerapkan teori-teori yang diperoleh di bangku kuliah, menerapkan dan mengaplikasikan dengan kenyataan yang ada di lapangan untuk menambah pengalaman dan wawasan baru di bidang transportasi khususnya transportasi darat.

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan bagi penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan permasalahan ini, serta judul penelitian ini.

Penelitian ini dapat digunakan sebagai tambahan bukti empiris yang diharapkan dapat menambah pengetahuan cakrawala berfikir.

- 1) Bagi Perusahaan

Memberikan sumbangan pemikiran pada perusahaan agar dapat memberikan pelayanan prima dan semaksimal mungkin kepada pengguna jasa sebagai pelanggannya yang menggunakan jasa dari perusahaan sebagai penyedia.

1.4 Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran yang cukup jelas tentang proposal ini maka disusunlah suatu sistematika penulisan yang berisi mengenai informasi materi serta hal-hal yang berhubungan dengan proposal ini. Adapun sistematika penulisan proposal tersebut adalah sebagai berikut :

BAB 1 : PENDAHULUAN

Membahas tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB 2 : TINJAUAN PUSTAKA

Membahas tentang pengertian pemasaran jasa, kualitas pelayanan, fasilitas, tarif, loyalitas pelanggan, penelitian terdahulu, hipotesis serta kerangka pemikiran teoritis.

BAB 3 : METODOLOGI PENELITIAN

Menguraikan metode penelitian yang membahas variabel penelitian dan definisi operasional variabel, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, dan metode analisis yang digunakan.

BAB 4 : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini mengemukakan tentang hasil penelitian dan pembahasan masalah dan implikasi manajerial.

BAB 5 : PENUTUP

Bab penutup ini berisi tentang kesimpulan dan saran.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN