**BAB I**

**PENDAHULUAN**

* 1. **Latar Belakang Masalah**

Indonesia merupakan Negara kepulauan yang sangat besar. Dengan dilakukannya pembangunan di berbagai sektor baik secara fisik maupun non fisik, Indonesia telah mengalami perubahan dan perkembangan yang cukup pesat. Hal ini berimplikasi pada meningkatnya aktivitas pergerakan penduduk dari satu tempat ke tempat lain. Untuk menunjang pergerakan tersebut diperlukan suatu sarana transportasi yang dapat mengakomodasi kebutuhan penduduk untuk dapat melakukan pergerakan secara memadai. Oleh karenanya fungsi dan peranan sistem sarana transportasi baik darat, laut dan udara menjadi sangat penting dalam melayani pergerakan penduduk terutama pergerakan antar pulau. Bagi sebuah wilayah kepulauan, transportasi laut merupakan sarana transportasi yang efektif karena luas wilayah Indonesia yang didominasi lautan sehingga mempunyai peranan yang penting dalam menjamin terselanggaranya mobilitas penduduk, barang dan jasa ( R.Munir, 2016).

Posisi ini sangatlah menguntungkan bagi Negara Indonesia serta perdagangan internasional yang juga menguntungkan utamanya bagi kegiatan pelayanan yang sangat luas, pelayaran sendiri terbagi menjadi 2 yaitu pelayaran niaga dan pelayaran non-niaga. Pelayaran niaga yaitu usaha pengangkutan barang khususnya barang dagangan melalui laut yang dilakukan dipelabuhan dalam wilayah sebuah negara atau antar negara. Sedangkan pelayaran non-niaga adalah kegiatan pelayaran yang bertujuan bukan untuk perdagangan yang meliputi pelayaran angkatan perang, dinas pos, dinas perambuan, penjaga pantai dan hidrografi.

Alat transportasi laut memiliki nilai lebih dibandingkan alat transportasi lainnya. Hal ini dikarenakan jasa angkutan laut dapat digunakan untuk mengangkut penumpang, barang, dan hewan dengan daya Angkut/ Kapasitas volume yang sangat besar. Selain itu untuk biaya

yang dikenakan juga Relatif Murah, terjangkau serta aman. Hal ini menjadikan alat transportasi laut menjadi pilihan utama untuk melakukan pengiriman barang dalam jumlah besar dan dari satu pelabuhan ke pelabuhan lainnya.

Kapal penumpang KM. DHARMA KARTIKA 7 milik PT. Dharma Lautan Utama (DLU) yang beroperasi tujuan Semarang- Pontianak merupakan sarana transportasi laut yang disediakan pemerintah untuk masyarakat Indonesia. Yang bertujuan untuk memfasilitasi masyarakat Indonesia dalam melakukan perpindahan antar pulau karena mengingat Indonesia merupakan Negara kepulauan yang memiliki banyak pulau dan sebagian penghasilan Negara Indonesia terdapat di pelabuhan Maka dari itu PT. Dharma Lautan Utama ( DLU ) cabang Semarang dengan KM. DHARMA KARTIKA 7 –nya harus tetap berinovasi untuk meningkatkan minat penumpang untuk menggunakan jasa transportasi laut. Adapun faktor yang mempengaruhi Minat Penumpang diantaranya, kualitas pelayanan, fasilitas,dan citra perusahaan untuk menyeimbangkan dengan biaya atau harga yang telah dikeluarkan oleh penumpang.

Kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan (Tjiptono dalam Dewa Ayu, 2016). Kualitas pelayanan yang optimal yang diberikan oleh penyedia layanan penyeberangan menjadi salah satu faktor yang penting dalam menentukan tercapainya tingkat kepuasan pelanggan. Dalam menentukan kualitas jasa, terdapat lima dimensi kualitas jasa sebagaimana telah dikemukakan oleh Parasuraman et.al. dalam Suko Adi Widodo Dkk. (2015) yaitu: *tangibles*, yaitu dimensi ini meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, personilnya dan sarana komunikasi, karena jasa tidak dapat diamati secara langsung, maka pelanggan sering kali berpedoman pada kondisi yang terlihat mengenai jasa dalam melakukan evaluasi. *Reliability*, yaitu dimensi ini meliputi kemampuan untuk menghasilkan kinerja pelayanan yang dijanjikan secara

akurat dan pasti. *Responsiveness*, yaitu bisa menjawab kebutuhan atau bisa diartikan dengan kemauan untuk menolong konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat. *Assurance*, meliputi adanya jaminan keamanan pelanggan terhadap lingkungan serta jasa yang diberikan memberikan keamanan, kemampuan sumberdaya dalam memberikan kualitas pelayanan yang sesuai dengan standar yang sifatnya memberi jaminan bahwa seluruh unsur pemberi jasa sesuai dengan apa yang diharapkan. *Empathy*, yaitu adanya penjiwaan dan perhatian secara pribadi terhadap konsumen serta adanya kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik dan pemahaman atas kebutuhan pelanggan.

Fasilitas merupakan faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan penumpang fasilitas merupakan segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyaman konsumen (Kotler dalam Dede Apriyadi, 2017). Fasilitas merupakan tolak ukur dari semua pelayanan yang diberikan, serta sangat tinggi pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan, karena dengan fasilitas yang ada akan memudahkan pelanggan dalam beraktifitas serta nyaman untuk menggunakan fasilitas tersebut. Contoh fasilitas meliputi kondisi fasilitas, kelengkapan, desain interior, dan eksterior serta kebersihan fasilitas harus diperhatikan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan atau didapat konsumen secara langsung. Contoh fasilitas di kapal yang berarti segala sesuatu yang disediakan seperti kondisi fisik kapal dalam keadaan baik, toilet, kursi pantai, kursi penumpang, kantin mini, TV, kelengkapan alat keselamatan penumpang.

Citra perusahaan merupakan salah satu bagian terpenting yang dimiliki oleh suatu perusahaan baik perusahaan besar maupun perusahaan kecil. Menurut Nguyen dan Le Blanc dalam Flavian et al. dalam Suratno, dkk (2016), citra perusahaan merupakan hasil dari kumpulan proses dimana pelanggan membandingkan berbagai atribut yang dimiliki oleh perusahaan. Atribut yang dimaksud misalnya produk, harga, kualitas produk dan kualitas layanan. Pelanggan akan membuat persepsi yang subyektif mengenai perusahaan dan segala aktivitasnya seperti yang diungkpakan oleh Walters dan Paul dalam Chiu dan Hsu dalam Suratno, dkk (2016). Persepsi tersebut akan berbeda-beda bagi setiap orang walaupun dihadapkan pada objek yang sama. Definisi yang lebih luas mengenai citra perusahaan diungkapkan oleh Adbel-Salam et al. dalam Suratno, dkk (2016) yaitu kesan secara umum yang tertinggal di benak pelanggan sebagai hasil dari kumpulan perasaan, ide, sikap dan pengalaman dengan perusahaan yang disimpan dalam ingatan. Kesan tersebut kemudian diubah bentuknya menjadi citra positif atau negatif sesuai dengan perasaan dan pengalaman pelanggan pada perusahaan. Baik citra positif maupun negatif kemudian akan teringat kembali ketika nama perusahaan tersebut terdengar atau terbawa ke dalam ingatan konsumen.

Minat beli konsumen adalah inisiatif responden dalam pengambilan keputusan untuk membeli sebuah produk. Model terperinci perilaku konsumen tersebut menjelaskan bahwa rangsangan pemasaran yang terdiri dari variabel marketing mix yaitu produk, harga, tempat, promosi sebagai komponen utama dalam pemasaran. Komponen utama tersebut juga dipengaruhi oleh adanya rangsangan lainnya yaitu bersifat eksternal yaitu ekonomi, teknologi, politik, budaya (Sundalangi dkk, 2014). Minat beli dapat ditingkatkan dengan memperhatikan faktor – faktor, antara lain faktor psikis yang merupakan faktor pendorong yang berasal dari dalam diri konsumen yaitu motivasi, persepsi, pengetahuan dan sikap, selain itu faktor sosial yang merupakan proses dimana perilaku seseorang dipengaruhi oleh keluarga, status sosial dan kelompok acuan, kemudian pemberdayaan baharuan pemasaran yang terdiri dan produk, harga, promosi dan juga distribusi. Minat beli konsumen merupakan keinginan seorang konsumen terhadap pemenuhan kebutuhan dan keinginan yang tersembunyi dalam benak konsumen. Minat beli konsumen selalu terselubung dalam tiap diri individu yang mana tak seorangpun bisa tahu apa yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumen. Perusahaan harus terus berinovasi dan selalu berbenah diri setiap harinya. Semakin bagus kualitas perusahaan tersebut akan mempengaruhi kepuasan penumpang dan secara otomatis minat penumpang untuk menggunakan jasa akan bertambah. Karena minat penumpang sangatlah penting dan juga penentu kesuksesan bagi sebuah perusahaan penyedia jasa.

**Tabel 1.1**

**Jumlah Data Penumpang**

**KM. Dharma Kartika 7 Desember 2020**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| No | Bulan | Jumlah Penumpang |
| 1 | Desember 2020 | 864 |
|  | Jumlah | 864 |

Berdasarkan uraian diatas, maka perlu diadakan kajian tentang pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas, citra perusahaan terhadap minat penumpang. Oleh karena itu, agar menambah minat penumpang KM. Dharma Kartika 7. Maka dalam penelitian penulis mengambil judul “**ANALISIS MINAT PENUMPANG KAPAL PENYEBERANGAN PADA KM. DHARMA KARTIKA 7 di PT. DHARMA LAUTAN UTAMA**”. Diharapkan setelah mengetahui minat penumpang pengguna jasa KM. Dharma Kartika 7, kedepannya PT. Dharma Lautan Utama akan lebih meningkatkan kualitasnya dari segi kualitas pelayanan, fasilitas, dan lain-lain, serta mengoptimalkan pelayanan sehingga dapat meningkatkan minat penumpangnya.

* 1. **Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas diketahui ada beberapa faktor yang mempengaruhi terjadinya minat penumpang terhadap KM. Dharma Kartika 7. Oleh karena itu, peneliti merumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah faktor kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat penumpang di KM. Dharma Kartika 7 di PT. Dharma Lautan Utama?
2. Apakah faktor fasilitas berpengaruh terhadap minat penumpang KM. Dharma Kartika 7 di PT. Dharma Lautan Utama?
3. Apakah faktor citra perusahaan berpengaruh terhadap minat penumpang KM. Dharma Kartika 7 di PT. Dharma Lautan Utama?
4. Apakah secara simultan faktor kualitas pelayanan, fasilitas, citra perusahaan berpengaruh terhadap minat penumpang KM. Dharma Kartika 7 di PT. Dharma Lautan Utama?
   1. **Tujuan dan Kegunaan Penelitian** 
      1. **Tujuan Penelitian**

Penelitian ini dilakukan tentunya memiliki tujuan-tujuan tertentu. Adapun yang menjadi tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk :

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat penumpang KM. Dharma Kartika 7 di PT. Dharma Lautan Utama.
2. Untuk menganalisis pengaruh fasilitas terhadap minat penumpang KM. Dharma Kartika 7 di PT. Dharma Lautan Utama.
3. Untuk menganalisis pengaruh citra perusahaan terhadap minat penumpang KM. Dharma Kartika 7 di PT. Dharma Lautan Utama.
4. Untuk menganalisis secara simultan pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas, dan citra perusahaan terhadap minat penumpang KM. Dharma Kartika 7 di PT. Dharma Lautan Utama.
   * 1. **Kegunaan Penelitian**

Adapun kegiatan penelitian yang ingin dicapai melalui penyusunan proposal ini sebagai berikut :

1. Bagi Penulis
2. Penelitian ini diharapkan bisa memberikan pembelajaran baru bagi penulis, khususnya terkait bagaimana mengimplementasikan variabel kualitas pelayanan, fasilitas dan citra perusahaan serta pengaruhnya terhadap minat penumpang, menambah pengalaman dan pengetahuan penulis akan kegiatan transportasi khususnya transportasi laut.
3. Memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S-1) Program Studi Transportasi di Universitas Maritim ”AMNI” Semarang ( UNIMAR ”AMNI”).
4. Bagi Instansi

Penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan informasi yang bermanfaat bagi instansi KM. Dharma Kartika 7 di pelabuhan domestik Tanjung Emas Semarang.

1. Bagi Pembaca

Sebagai referensi penelitian lebih lanjut dan diharapankan dapat menambah pengetahuan bagi mahasiswa / i UNIMAR ”AMNI” serta pengembangan ilmu khususnya dalam lingkup transportasi.

1. **Sistematika Penelitian**

Dalam sistematika penulisan ini akan di jelaskan isi sebagai berikut :

Bab I : Pendahuluan

Bab ini menjelaskan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan.

Bab II : Tinjauan Pustaka

Berisikan tentang landasan teori pengertian minat penumpang, faktor- faktor yang mempengaruhi Minat penumpang penelitian terdahulu,hipotesis, serta kerangka pemikiran.

Bab III : Metodologi Penelitian

Berisikan tentang variabel penelitian, definisi operasional, penentuan. populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, metode analisis data.

Bab IV : Hasil dan Pembahasan

Membahas tentang data-data yang diperoleh dari instansi terkait dan implikasi manajerial

Bab V : Kesimpulan dan Saran

Membahas tentang kesimpulan dan saran yang diperoleh dari hasil penelitian, saran dapat ditujukan kepada instansi yang terkait dalam penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN