BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Terwujudnya perdagangan bebas cenderung mendorong setiap perusahaan untuk unggul dan mampu bersaing secara penuh. Meningkatnya persaingan dari para pesaing menuntut perusahaan untuk memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen serta berusaha memenuhi harapan konsumen dengan cara memberikan pelayanan yang lebih memuaskan dari pada yang dilakukan oleh pesaing. Dengan demikian, hanya perusahaan yang berkualitas yang dapat bersaing menguasai pasar (Djoko Purwanto, 2014).

Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana perusahaan memaksimumkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan (Fandy Tjiptono, 2016).

Dalam berbisnis menciptakan barang dan jasa yang berkualitas dapat memberikan kepuasan terhadap pengguna jasa. Kualitas jasa yang unggul dan konsisten dapat menumbuhkan kepuasan pelanggan dan akan memberikan berbagai manfaat seperti hubungan perusahaan dan para pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang produk dan jasa, dapat mendorong terciptanya loyalitas pelangan, membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan perusahaan, reputasi perusahaan menjadi baik di mata

pelanggan dan laba yang diperoleh dapat meningkat.

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan – harapannya (Tjiptono, 2015).

Kepuasan pelanggan dipandang sebagai konsep *multi dimensional* yang melibatkan biaya, kemudahan sarana, aspek teknis dan *interpersonal* serta hasil akhir. Kepuasan ini terjadi sebagai hasil dari pengaruh ketrampilan, pengetahuan, perilaku, sikap dan penyedia sarana.

Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh persepsi kualitas jasa, kualitas produk, harga dan faktor – faktor yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat. Faktor yang pelayanan yang dapat mempengaruhi perilaku pelanggan adalah persepsi pelanggan mengenai kualitas pelayanan jasa yang berfokus pada lima dimensi kualitas jasa, yaitu bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan empati (*empathy*) (Tjiptono dan Chandra, 2014).

Bukti fisik (*tangible*) adalah kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan maka pelanggan tetap tertarik untuk menggunakan jasa tersebut.

Kehandalan (*reliability*) adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu pelayanan, pelayanan yang diberikan sama untuk semua pelanggan tanpa pilih kasih dan sikap yang simpatik.

Daya tanggap (*responsiveness*) adalah suatu kebijakan atau kemampuan perusahaan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Jaminan (*assurance*) adalah pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para

karyawan perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan untuk menggunakan jasa.

Empati (*emphaty*) adalah memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan. Karyawan harus mengetahui keinginan pelanggan secara spesifik dari bentuk fisik produk atau jasa sampai pendistribusian yang tepat dan cepat.

Selain lima dimensi kualitas jasa diatas, harga juga memiliki peran yang penting dalam kepuasaan pengguna jasa. Harga adalah elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan dan juga merupakan elemen yang termudah dalam pemasaran yang disesuaikan dengan fitur produk dan saluran bahkan komunikasi yang membutuhkan banyak waktu yang menjadikan hal ini akan sangat di butuhkan pelanggan sebelum melakukan pembelian, Kotler dan Keller yang dialih bahasakan oleh Bob Sabran (2011), harga merupakan unsur bauran pemasaran yang sifatnya fleksibel dimana setiap saat dapat berubah menjadikan satu pertimbangan dalam menentukan perilaku konsumen (*consumen behavior*) pada saat akan melakukan pembelian. Harga yang kompetitif, terjangkau dan kualitas pelayanan di harapkan mampu menarik minat pelanggan untuk melakukan pembelian.

Kantor Kesyahbandaran dan Otoritas Pelabuhan Kelas II Tanjung Intan Cilacap menyadari bahwa pelayanan merupakan syarat utama dari suksesnya usaha tersebut. Seperti perusahaan jasa pada umumnya, KSOP Tanjung Intan Cilacap memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan dengan meningkatkan kualitas pelayanan untuk mendukung pencapaian target perusahaan dan tentunya didukung dengan program pengembangan karyawan yang efektif. Namun pada kenyataannya, KSOP Tanjung Intan Cilacap masih memiliki banyak kekurangan yang berkaitan dengan *responsiveness* (daya tanggap), *reliability* (kehandalan) dan *price* (harga) seperti sistem inapornet yang bermasalah karena terkendala jaringan, kinerja pegawai masih kurang memuaskan, pegawai yang masih kurang

cepat melakukan pelayanan dan keluhan – keluhan yang dirasakan pelanggan belum mampu ditanggapi dengan baik, masih adanya perlakuan diskriminasi dan harga yang tidak sesuai dengan pelayanan yang diberikan. Oleh karena itu, KSOP Tanjung Intan Cilacap terus berupaya untuk dapat menarik lebih banyak konsumen serta mempertahankan, agar perusahaan tersebut dapat menjaga eksistensi dalam persaingan serta untuk pengembangan perusahaannya kedepan.

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : **"Analisis Pengaruh *Responsiveness, Reliability* dan *Price* terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Pelabuhan di Kantor Kesyahbandaran dan Otoritas Pelabuhan Kelas II Tanjung Intan Cilacap"**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian serta penjelasan yang telah dikemukakan pada latar belakang maka rumusan masalah dalam penulisan ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah *responsiveness* (daya tanggap) berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa pelabuhan di Kantor Kesyahbandaran dan Otoritas Pelabuhan Kelas II Tanjung Intan Cilacap ?
2. Apakah *reliability* (kehandalan) berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa pelabuhan di Kantor Kesyahbandaran dan Otoritas Pelabuhan Kelas II Tanjung Intan Cilacap ?
3. Apakah *price* (harga) berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa pelabuhan di Kantor Kesyahbandaran dan Otoritas Pelabuhan Kelas II Tanjung Intan Cilacap ?

1.3 Tujuan Dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penulisan yang ingin dicapai melalui penyusunan proposal skripsi ini adalah :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *responsiveness* (daya tanggap) terhadap kepuasan pengguna jasa pelabuhan di Kantor Kesyahbandaran dan Otoritas Pelabuhan Kelas II Tanjung Intan Cilacap
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *reliability* (kehandalan) terhadap kepuasan pengguna jasa pelabuhan di Kantor Kesyahbandaran dan Otoritas Pelabuhan Kelas II Tanjung Intan Cilacap
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *price* (harga) terhadap kepuasan pengguna jasa pelabuhan di Kantor Kesyahbandaran dan Otoritas Pelabuhan Kelas II Tanjung Intan Cilacap

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Dari hasil penulisan ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi Penulis

   Sebagai cara untuk menentukan teori – teori yang diperoleh dibangku kuliah dan mengaplikasikan di realita nyata, serta menambah pengalaman dalam dalam sebuah penelitian yang dilakukan dan pengetahuan penulis akan masalah – masalah yang akan terjadi atau yang akan dihadapi pada kegiatan transportasi khususnya transportasi laut

2. Bagi Kesyahbandaran dan Otoritas Pelabuhan Kelas II Cilacap

   Penelitian ini dapat memberikan pengetahuan untuk lebih meningkatkan akan pentingnya kepuasan pelanggan pada perusahaan agar dapat memberikan pelayanan prima yang terbaik dan semaksimal mungkin pada pengguna jasa

3. Bagi Universitas Maritim AMNI Semarang

   Diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat dan masukkan bagi akademis untuk mengembangkan ilmu pengetahuan dan informasi bagi mahasiswa/i UNIMAR AMNI Semarang

4. Bagi Pembaca

   Memberikan tambahan referensi dari hasil penelitian ini sehingga dapat mengembangkan pemikiran – pemikiran logis yang nantinya berguna untuk perkembangan penelitian selanjutnya, serta acuan supaya lebih mengikatakan pelayanan kepada pengguna jasa

1.4 Sistematika Penulisan

Penulisan ini diusahakan secara sistematis sehingga mudah untuk dipahami oleh pembaca. Sistematika penulisan ini adalah sebagai berikut :

BAB I : Pendahuluan

Pada bab ini terdiri atas latar belakang, perumusan masalah, tujuan dan kegunaan serta sistematika penulisan

Bab II : Tinjauan Pustaka

Pada bab ini terdiri atas tinjauan pustaka dan penelitian terdahulu, hipotesis, kerangka pemikiran dan diagram alur penelitian

Bab III : Metodologi Penelitian

Pada bab ini terdiri atas variabel penelitian dan definisi operasional, penentuan populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data dan metode analisis

Bab IV : Hasil dan Pembahasan

Pada bab ini terdiri atas deskripsi objek penelitian, analisis data dan pembahasan

Bab V : Penutup

Pada bab ini terdiri atas hasil penelitian yang telah dilakukan dan saran – saran yang penulis berikan untuk melakukan peningkatan kualitas layanan pelabuhan serta implikasi manajerial

Daftar Pustaka

Lampiran