

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 LATAR BELAKANG**

Indonesia merupakan negara kepulauan, sehingga sarana angkutan laut memiliki peran yang penting untuk dapat menghubungkan suatu daerah dengan daerah lainnya. Angkutan kapal laut dapat digunakan untuk angkutan penumpang dan barang dengan menggunakan jalur tertentu, angkutan kapal laut juga tidak hanya dapat membawa penumpang saja tetapi juga dapat membawa kendaraan seperti truk, bus, mobil, dan motor (Isa, Lubis, & Chaniago, 2019)

Moda transportasi laut merupakan alat transportasi yang sampai saat ini masih diminati oleh sebagian umum masyarakat yang mempunyai kelebihan waktu dan dianggap sebagai moda transportasi yang diinginkan oleh kalangan masyarakat umum, angkutan laut merupakan alternatif utama sebagai sarana penunjang dalam kehidupan sehari-hari hal ini yang melatar-belakangi pemikiran masyarakat bahwa angkutan laut menjadi sebagai solusi dalam perjalanan (Fitriyah Astri, 2020)

Provinsi Lampung memiliki Pelabuhan Bakauheni yang melayani penyebrangan di Pulau Sumatera menuju Pulau Jawa. Sebagai pelabuhan yang terletak diujung Pulau Sumatera, Pelabuhan Bakauheni berkembang untuk terwujudnya pelabuhan penyebrangan yang dapat melayani kebutuhan masyarakat. Pelabuhan Bakauheni-Merak dipisahkan oleh Selat Sunda yang mempunyai jarak 16 mil (25.75 km) dapat ditempuh dengan 120 menit. Dermaga yang dimiliki Pelabuhan Bakauheni adalah tipe *moveable bridge* yang digunakan untuk aktivitas bongkar muat kendaraan dan penumpang (Pramita & Sari, 2020)

PT Trisakti Lautan Mas sebagai penyelenggara penyebrangan baik barang maupun penumpang dari satu pulau ke pulau lainnya, sangatlah berperan penting dalam penyelenggaraan transportasi publik yang layak di negara ini. Peneliti melakukan observasi penelitian langsung pada perusahaan PT Trisakti Lautan Mas dan menemukan banyak perbedaan mengenai pelayanan terhadap konsumen yang sudah ditentukan dengan masing-masing kapal tersebut untuk mendapatkan fasilitas seperti ruang kabin, fasilitas hiburan, dan lainnya.

Sebagai perusahaan penyedia jasa masih terindikasi belum sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen untuk mendapatkan fasilitas. Informasi yang didapat dari para responden menyatakan bahwa kapal tersebut masih kurang maksimalnya terhadap fasilitas kabin dalam kapal, kurang maksimalnya kebersihan kabin dan toilet, kurangnya informasi yang memudahkan konsumen untuk mendapatkan informasi ruangan dan fasilitas yang disediakan, kurangnya fasilitas hiburan yang membuat konsumen merasa jenuh selama waktu pelayaran. Dibawah ini merupakan data-data konsumen mobil golongan b yang terjadi selama tiga bulan terakhir, berikut pada Tabel 1.1 data produksi konsumen yang terjadi pada PT Trisakti Lautan Mas.

**Tabel 1.1**  
**Data Konsumen Golongan B**

Bulan	Minggu	Mobil Golongan B	Mobil Golongan A
Oktober	1	110	30
	2	105	20
	3	90	21
	4	85	20
	Jumlah	390	91
November	1	105	30
	2	100	25
	3	70	22
	4	65	20
	Jumlah	340	97
Desember	1	99	25
	2	70	20
	3	55	20
	4	50	18
	Jumlah	274	83

Sumber: PT Trisakti Lautan Mas

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat dilihat bahwa jumlah konsumen mobil golongan b pada Trisakti Lautan Mas di bulan November mengalami penurunan jumlah konsumen, meskipun dibandingkan dengan golongan a mobil golongan b lebih tinggi akan tetapi tetap berpengaruh bagi PT Trisakti Lautan Mas dikarenakan konsumen paling umum yang menggunakan jasa angkutan kapal adalah mobil berjenis golongan B. Adanya penurunan jumlah konsumen ini menjadi suatu pekerjaan bagi manajemen untuk terus berupaya memberikan kepuasan konsumen yang baik yaitu dengan meningkatkan kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan adalah suatu hal yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Panjaitan dan Yuliati, 2016) yang menyatakan bahwa hasil pengujian secara parsial kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiviness*), jaminan (*assurance*) dan empati (*empathy*) kelima

dimensi dari kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen. Jadi semakin baik kualitas layanan akan meningkatkan kepuasan konsumen.

Kualitas adalah salah satu kunci yang dapat memenangkan persaingan dengan pasar. Kualitas layanan merupakan salah satu faktor penting yang dapat menciptakan nilai puas pelanggan karena dengan adanya kualitas layanan yang baik pelanggan akan merasa nyaman dan akan cenderung untuk tetap menggunakan produk yang ditawarkan (Manus & Bode Lumanauw, 2015).

Kualitas layanan dapat diartikan sebagai upaya untuk dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan yang diharapkan oleh konsumen serta ketepatan dalam penyampaianya untuk mengimbangi apa yang menjadi harapan konsumen. Bagi perusahaan yang bergerak di sektor jasa, pemberian layanan yang berkualitas pada konsumen merupakan hal mutlak yang harus dilakukan apabila perusahaan ingin mencapai keberhasilan. Agar perusahaan dapat berkembang dan mendapatkan keunggulan yang kompetitif maka perusahaan harus dapat memberikan produk yang berkualitas atau jasa yang berkualitas serta memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen agar merasa puas akan produk atau jasa yang diberikan, oleh karena itu perusahaan harus memperhatikan hal-hal penting bagi konsumen, agar mereka merasakan kepuasan konsumen sebagaimana yang diharapkan (Dhuaha, 2016).

Kepuasan konsumen adalah tingkat dimana manfaat dari produk dapat dirasakan sesuai dengan yang harapan konsumen. Setelah membandingkan dari kinerja yang dapat dirasakan telah sesuai dengan harapan yang ditemukan

berdasarkan kondisi aktual, konsumen akan puas dan mereka akan senang dari manfaat produk atau layanan yang diberikan oleh perusahaan (Tuju&Loindong,2018).

Perusahaan dapat dikatakan berhasil apabila dapat memperoleh pelanggan dalam jumlah yang banyak dengan dinilai dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan. Ketika pelanggan telah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan maka akan terjalin hubungan yang baik antara produsen dan konsumen, serta dapat menciptakan dasar yang baik untuk dapat melakukan pembelian ulang dan membentuk rekomendasi dari *word of mouth* yang dapat menguntungkan sebuah perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Bari dan Satrio, (2014) menyatakan bahwa hasil pengujian secara parsial kualitas pelayanan yang terdiri bukti fisik (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan empati (*empathy*) dari kelima dimensi kualitas pelayanan diatas masing-masing menunjukkan adanya pengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen, yang menunjukkan semakin baik kualitas layanan akan semakin meningkatkan kepuasan konsumen. Sedangkan dalam penelitian Zamberi Ahmad, (2019) menyatakan dari hasil penelitian yang telah dilakukan bahwa tiga dari kelima dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, daya tanggap, jaminan menunjukkan adanya pengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan dua indikator kualitas layanan yang terdiri dari keandalan dan empati tidak berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen.

Menurut pernyataan diatas, dari hasil perbedaan penelitian tersebut peneliti memutuskan untuk menggunakan kualitas pelayanan sebagai variabel yang akan diteliti karena peneliti ingin menguji kembali pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah :

1. Apakah bukti fisik berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen?
2. Apakah keandalan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen?
3. Apakah daya tanggap berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen?
4. Apakah jaminan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen?
5. Apakah empati berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji pengaruh bukti fisik terhadap kepuasan konsumen
2. Untuk menguji pengaruh keandalan terhadap kepuasan konsumen
3. Untuk menguji pengaruh daya tanggap terhadap kepuasan konsumen
4. Untuk menguji pengaruh jaminan terhadap kepuasan konsumen
5. Untuk menguji pengaruh empati terhadap kepuasan konsumen

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan diatas, maka penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak diantaranya:

##### **1. Manfaat Teoritis**

Untuk dapat menjadi pembelajaran serta referensi untuk dapat mengetahui seberapa besar pengaruh dimensi kualitas pelayanan bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati terhadap kepuasan konsumen.

##### **2. Manfaat Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan atau informasi bagi perusahaan untuk dapat memberikan kualitas pelayanan yang baik terhadap konsumen.