

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada zaman modern ini, tidak ada satupun wilayah indonesia yang dapat hidup dengan mengasingkan diri dari satu pulau dan pulau lainnya. Masing-masing wilayah memerlukan hubungan dan perdagangan satu sama lain. Hubungan dan perdagangan antar pulau yang efisien akan sangat membantu dalam mengatasi isolasi yang timbul karena perbedaan letak geografis. Dalam kaitan ini, suatu sistem transportasi yang efisien merupakan salah satu sarana yang ampuh untuk mematahkan isolasi tersebut. Oleh karena itu, setiap wilayah memerlukan suatu jaringan transportasi yang memadai secara menyeluruh sebagai sarana lalu lintas barang maupun penumpang, khususnya dalam batas-batas wilayah nasionalnya. Kebutuhan akan jaringan transportasi nasional ini pada akhirnya akan mencakup juga kebutuhan akan adanya jaringan transportasi yang memungkinkan sumber daya yang ada di bumi ini tersedia bagi masyarakat (Schumer, dalam Purwaka, 1993).

Tak dapat disangkal lagi saat ini dunia transportasi telah memegang peranan penting dalam kehidupan modern ini, sebagaimana telah dikemukakan oleh Munby (dalam Purwaka, 1993) bahwa dewasa ini tidak ada satu wilayahpun yang dapat melarikan diri dari transportasi. Bahkan bagi penduduk di wilayah yang sangat terpencil sekalipun transportasi tetap merupakan bagian penting bagi kehidupan masyarakat, salah satunya transportasi laut seperti PT PELNI.

Peranan pelayaran antar pulau di Indonesia menempati posisi strategis dalam jaringan transportasi antar pulau nasional. Hal ini disebabkan oleh karena transportasi udara masih mengutamakan angkutan penumpang dan hanya menghubungkan tempat-tempat yang memiliki lapangan terbang. Berkat kemajuan dalam dunia transportasi, jarak antara daerah satu dengan daerah lainnya menjadi lebih dekat.

Seperti PT.PELNI sebuah moda transportasi yang memang berkibrah di laut menjelajahi nusantara tercinta ini. PT.PELNI memiliki rute pelayaran dari Sabang sampai Merauke, dari Miangas sampai Rote menjangkau daerah-daerah yang selama ini sulit dilalui angkutan udara, keunggulan inilah yang tidak dimiliki oleh moda transportasi lain.

Dalam perjalanan menggunakan kapal PELNI dapat menyatukan strata sosial, karena selama perjalanan penumpang akan bercampur baur dengan penumpang lainnya yang datang dari bermacam-macam profesi dan pekerjaan. Penumpang juga dapat berkenalan, menambah wawasan dan pergaulan. Mengenai keselamatan kapal yang dibuat di galangan kapal Jos. L. Meyer, Jerman ini dirancang tahan terhadap temparan ombak. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh pengamat transportasi laut dari Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya. Keunggulan inilah yang membuat penumpang merasa nyaman bila belayar dengan kapal PELNI.

Konsumen yang memutuskan untuk memilih kapal PELNI sebagai moda transportasinya tentu mempunyai alasan tersendiri, seperti konsumen yang memilih kelas ekonomi karena alasan tarif kelas ekonomi lebih murah dibandingkan tarif kelas I dan kelas II. Setiap tahunnya jumlah penumpang yang menggunakan kelas ekonomi meningkat 2%, hal ini dikarenakan kebutuhan

masyarakat lebih banyak di kelas ekonomi dibandingkan kelas I dan II yang kurang peminatnya. Adanya berbagai fasilitas yang terdapat di kelas ekonomi, salah satunya memiliki ruangan yang luas dari dek 2 hingga dek 5 dengan tempat tidur yang bercampur dengan penumpang lainnya dan dilengkapi dengan adanya dua unit televisi flat di setiap ruang ekonomi. Selain itu adanya toilet pria dan wanita yang terpisah, masing-masing toilet dibangun dengan lima ruang dan terdapat 28 *cleaning service* untuk membersihkan toilet pria dan wanita yang tersedia di empat dek kelas ekonomi.

Dalam perjalanan tersebut PT.PELNI khususnya KM.Kelud, juga dilengkapi dengan berbagai fasilitas yang ada seperti fasilitas hiburan yang terdiri dari fasilitas *minigym* untuk olahraga ringan, *playground*, *jogging track*, *live music*, ruang karaoke dan bioskop mini yang mampu menampung 70 orang penonton.

Fasilitas beribadah terdapat masjid untuk umat Islam dan untuk hari minggu adanya kegiatan beribadah bagi umat Nasrani. Fasilitas keselamatan yang dilengkapi alat-alat seperti sekoci, pelampung, baju renang dan rakit penolong, juga tersedianya poliklinik untuk penumpang yang sakit. Selain itu juga tersedianya ruang makan untuk penumpang kelas I dan II, dan juga tersedia ruang rapat atau ruang pertemuan dengan kapasitas 100 orang yang dapat digunakan oleh instansi yang akan mengadakan rapat kerja atau pelatihan (*training*).

Di jaman persaingan seperti ini, salah satu cara untuk menarik konsumen adalah dengan memberikan pemenuhan atas keinginan konsumen secara konsisten dari waktu ke waktu. Banyak cara yang dapat digunakan perusahaan untuk menarik konsumen untuk membeli. Harga yang murah seringkali dianggap oleh

perusahaan sebagai penarik konsumen dalam menentukan pilihan. Seperti PT.PELNI yang menawarkan biaya yang relatif lebih murah dibandingkan pesawat terbang. Harga tiket yang diterapkan oleh PT.PELNI juga bervariasi dari kelas I,II,III sampai kelas ekonomi.

Tetapi anggapan ini tidak sepenuhnya benar, seiring dengan berkembangnya jaman, saat ini masyarakat tidak hanya ingin memenuhi kebutuhannya saja. Mereka juga membutuhkan kenyamanan maupun kepuasan dari jasa transportasi yang ada sekarang ini. Ketidakpuasan konsumen akan mempengaruhi penggunaan jasa transportasi, yang nantinya akan mengurangi pendapatan, sesuai pendapat Schnaars (dalam Tjiptono, 2008) bahwa pada dasarnya tujuan dari sebuah bisnis adalah menciptakan para konsumen yang puas.

Menurut Kotler & Keller (dalam Tjiptono, 2014) kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Berbagai studi literatur menunjukkan bahwa salah satu definisi yang banyak diacu dalam literatur pemasaran adalah definisi berdasarkan *disconfirmation paradigm* (Oliver, dalam Tjiptono, 2014). Kepuasan pelanggan dirumuskan sebagai evaluasi purnabeli, dimana persepsi terhadap kinerja alternatif produk/jasa yang dipilih memenuhi atau melebihi harapan sebelum pembelian. Apabila persepsi terhadap kinerja tidak bisa memenuhi harapan, maka yang terjadi adalah ketidakpuasan. Dengan demikian, ketidakpuasan dinilai sebagai *bipolar opposite* dari kepuasan (Spreng, et al., dalam Tjiptono, 2014).

Dalam hal ini, PT.PELNI perlu mengetahui hal-hal apa saja yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Menurut Irawan (dalam Bodroastuti, 2012)

kepuasan konsumen terhadap transportasi ditentukan oleh faktor kualitas produk, harga, *service quality*, *emotional factor*, dan kemudahan mendapatkan produk atau jasa.

Pertama adalah kualitas produk yaitu *driver* kepuasan pelanggan yang multi dimensi. Pelanggan akan menyukai produk yang menawarkan kualitas, kinerja dan pelengkap inovatif yang terbaik (Hadi, dalam Bodroastuti, 2012). Produk yang berkualitas adalah produk yang mampu memberikan hasil yang lebih dari yang diharapkan. Pelanggan menyukai produk yang menawarkan kualitas, kinerja dan pelengkap inovatif yang terbaik. Kepuasan pelanggan sangat tergantung pada bagaimana tingkat kualitas produk yang ditawarkan. Sedangkan dalam hasil penelitian Andreassen dan Lindestad (dalam Bodroastuti, 2012) membuktikan bahwa kualitas produk (diukur dari persepsi pelanggan atas tingkat kerusakan produk) mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan.

Kedua adalah masalah keterjangkauan atau harga, seseorang memilih alat transportasi tentunya berdasarkan anggaran di kantong masing-masing. Ada yang bisa naik kapal terbang atau naik kapal laut atau yang lainnya.

Ketiga adalah *service quality*, merupakan salah satu faktor yang erat kaitannya dengan pembentukan persepsi pelanggan. Dengan demikian, bagi perusahaan yang ingin tetap mempertahankan eksistensinya dan memenangkan persaingan bisnis serta menarik perhatian pelanggan senantiasa memberikan pelayanan yang berkualitas yang sesuai dengan harga yang telah dibayar oleh pelanggan atau berusaha untuk memenuhi kebutuhan serta mewujudkan harapan mereka.

Keempat adalah *emotional factor*, faktor ini berhubungan dengan gaya hidup seseorang. Menurut Irawan (dalam Bodroastuti, 2012) *emotional factor* merupakan rasa bangga, rasa percaya diri, symbol sukses, bagian dari kelompok orang penting dan sebagainya adalah contoh-contoh *emotional value* yang mendasari kepuasan pelanggan.

Kelima, kemudahan untuk mendapat produk/jasa, hal ini juga menjadi faktor penentu bagi konsumen dalam melakukan pembelian, konsumen cenderung mengharapkan apa yang mereka inginkan mudah untuk didapat, jika pelanggan kesulitan dalam mendapat produk/jasa tersebut, pelanggan akan merasakan ketidakpuasan dan cenderung untuk memilih produk/jasa yang mudah untuk didapatkan. Contohnya dapat di lihat dari petikan wawancara yang dilakukan pada penumpang kapal PT. PELNI yang membeli tiket di loket kantor PT. PELNI pada tanggal 4 Januari 2016:

“Saya senang mbak naik kapal PELNI ini, soalnya saya bisa nikmati pemandangan laut, harganya pun murah, proses beli tiketnya juga gampang, apalagi petugasnya juga ramah, cuma ya mbak saya ngeluhnya di kebersihan kelas ekonominya sama rasa makanannya, tapi ya saya memang suka naik kapal sih mbak makanya betah.”

Sementara penumpang yang lain berpendapat :

“saya gak suka dari PELNI itu mbak susah kali untuk dapatin informasinya, saya telepon call centrenya gak di angkat-angkat, saya tinggal gak di medan mbak, gak mungkin lah saya ke medan tau-taunya gak ada jadwalnya.”

Dari hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa penumpang pertama puas menggunakan jasa kapal PT. PELNI, sedangkan penumpang kedua tidak puas menggunakan jasa kapal PT. PELNI, karena sulitnya mendapatkan informasi jadwal kapal.

Dengan mengetahui hal-hal apa saja yang diinginkan oleh konsumen, perusahaan dapat mencegah hal-hal buruk yang akan terjadi. Misalnya seperti konsumen yang merasa tidak puas bisa saja beralih memilih moda transportasi lain seperti pesawat, bus, kereta api dan lain-lain.

Melihat hal ini, peneliti tertarik untuk mengetahui lebih lanjut tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam menggunakan kapal laut KM.Kelud PT.PELNI khususnya PT.PELNI Cabang Medan, dengan melakukan penelitian yang berjudul **“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Kapal Laut (KM.Kelud) PT. Pelayaran Nasional Indonesia (PELNI) Cabang Medan”**.

B. Identifikasi Masalah

Kegiatan penyelenggara pelayanan jasa angkutan laut, merupakan suatu proses tindak lanjut dalam menyediakan jasa transportasi. Di mana dalam pengembangannya harus dapat terlaksana dengan baik, agar tujuan dan sasaran pelayanan yang ingin dicapai dapat terwujud, salah satunya adalah kepuasan pelanggan yang menjadi hal penting yang perlu diperhatikan oleh perusahaan.

Dalam persaingan yang ketat ini, perusahaan jasa angkutan kapal laut PT.PELNI tentu ingin mempertahankan kelangsungan hidupnya agar tetap dapat menjalankan usahanya dengan baik. Dalam menjalankan perusahaan jasa angkutan laut, PT.PELNI harus mampu mempertahankan kepuasan pelanggan agar tetap menggunakan jasa yang diberikan oleh PT.PELNI, dengan cara memperhatikan karakteristik pelanggan sebagai bahan pertimbangan, sehingga dapat menarik simpati pelanggan untuk meningkatkan pendapatan.

Hal tersebut dapat dilakukan dengan cara mengetahui hal-hal apa saja yang dapat membuat pelanggan merasa puas, salah satunya dengan membenahi kinerja pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sebagai penumpang kapal. Hal itu dilakukan semata-mata agar tetap dapat mempertahankan tingkat kepuasan pelanggan, karena dengan terpenuhinya keinginan-keinginan dan kebutuhan para pelanggan, maka hal itu akan berdampak positif bagi perusahaan itu sendiri, dan para pelanggan yang puas biasanya akan menyebarkan *word of mouth* positif kepada orang lain.

Melihat hal tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti tentang faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan yang meliputi kualitas produk, harga, *service quality*, *emotional factor* dan kemudahan mendapatkan produk atau jasa (Irawan, dalam Bodroastuti, 2012), yang nantinya akan dipersentasikan untuk melihat faktor mana yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan kapal laut KM.Kelud PT.PELNI khususnya PT.PELNI Cabang Medan.

C. Batasan Masalah

Untuk mengarahkan penelitian agar sesuai dengan tujuan dan fokus pada sasaran dan berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka peneliti memberikan batasan masalah yaitu menjelaskan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan khususnya penumpang ekonomi dalam menggunakan kapal laut KM.Kelud PT.PELNI khususnya PT.PELNI Cabang Medan. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen menurut

Irawan (dalam Bodroastuti, 2012) adalah faktor kualitas produk, harga, *service quality*, *emotional factor*, dan kemudahan mendapatkan produk atau jasa.

D. Rumusan Masalah

Pada penelitian ini rumusan masalahnya adalah untuk melihat faktor manakah yang paling dominan dari faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam menggunakan kapal laut KM.Kelud PT.PELNI khususnya PT.PELNI Cabang Medan?

E. Tujuan Penelitian

Dalam penelitian ini, tujuan yang ingin dicapai adalah untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam menggunakan kapal laut KM.Kelud PT.PELNI khususnya PT.PELNI Cabang Medan.

F. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan penelitian ini akan menghasilkan suatu manfaat dan hasil yang berguna bagi peneliti lain yang akan mengadakan penelitian selanjutnya, dan dapat menjadi bahan acuan untuk mengembangkan ilmu pengetahuan dan memperluas kemampuan pengembangan teori psikologi industri dan organisasi pada umumnya, terutama dalam kajian tentang studi identifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai masukan kepada PT.PELNI Cabang Medan untuk mengetahui faktor apakah yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

