

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada zaman sekarang ini, banyak sekali perusahaan yang memberikan sebuah bentuk pelayanan yang baik kepada pelanggannya. Persaingan dagang antara satu perusahaan dengan perusahaan lainnya tentunya perlu memperhatikan kebutuhan serta keinginan pelanggan atau anggotanya. Keberlangsungan dan keberhasilan bisnis dalam bidang jasa banyak tergantung pada kualitas dan kemampuan yang dimiliki para karyawan dalam memberikan layanan. Dengan layanan yang berkualitas pelanggan atau anggota akan merasa puas sehingga akan berpengaruh kepada besar kecilnya permintaan anggota terhadap jasa yang dihasilkan.

Perusahaan pelayaran pun tak jauh dari namanya pelayanan yang baik kepada pelanggannya. Perusahaan pelayaran yang terkemuka di Indonesia tentunya adalah PT. Samudera Indonesia Tbk. Melihat bahwa persaingan global semakin ketat, organisasi diharuskan mampu untuk meningkatkan performanya melalui peningkatan mutu, yang salah satunya dapat dilakukan dengan memenuhi kebutuhan customer organisasi tersebut (Demirbag, Tatoglu, et al., 2006). Ini akan menjadi tantangan bagi perusahaan di zaman yang dimana sangat mempunyai banyak pilihan.

PT. Samudera Indonesia Tbk (SMDR) bergerak dalam bidang pelayaran, termasuk mengangkut kargo dengan kapal dan kegiatan lainnya yang bertindak baik sebagai agen lokal maupun umum untuk perusahaan pelayaran lainnya. Perusahaan mulai beroperasi secara komersial pada tahun 1964. Perusahaan induknya adalah PT. Samudera Indonesia Tangguh (samudera.id). Perusahaan ini adalah salah satu perusahaan terkemuka di Indonesia.

PT Samudea Indonesia Tbk sendiri terdiri atas 45 Unit Usaha dan mempunyai kurang lebih 4.000 tenaga kerja di dalam perusahaan tersebut. Dengan lini usaha yaitu Samudera Shipping, Samudea Logistics, Samudea Ports, Samudea Property dan Samudera Services.

Perusahaan yang didirikan oleh Soedarpo Sastrosatomo ini menjadi perusahaan layanan distribusi transportasi yang mempunyai misi menghubungkan Indonesia. (samudera.id)

Tercatat, ada beberapa perusahaan yang menjalin hubungan kerjasama dengan PT Samudera Indonesia ini, salah satunya adalah PT PELNI (Pelayaran Nasional Indonesia) yang dimana mereka sepakat untuk menjalin kerjasama di bidang logistik. Selain itu, PT Matahari Putra Prima Tbk (MPPA) juga menjalin kerjasama dengan PT Samudera Indonesia Tbk melalui anak perusahaan mereka yaitu PT Samuderra Logistics Service (SLS) untuk memperkuat logistik antar pulau. Selain itu, PT Maruzen Samudera Taiheiyo dan PT Indonesia Chemical Alumina juga menjalin kerjasama di bidang logistik. Dalam bidang pendidikan, PT Samudera Indonesia berkejasama dengan Universitas Terbuka dan Politeknik Bumi Akpelni.(samudera.id)

Dengan visi tersebut, PT. Samudera Indonesia Tbk tentunya akan menghadirkan service quality yang baik kepada pelanggannya. Pada persaingan bisnis yang semakin meningkat tajam, preferensi dan perilaku pelanggan mengalami perubahan seiring dengan perkembangan teknologi yang semakin pesat, sehingga organisasi/perusahaan harus lebih terfokus pada kepuasan konsumen (Hasan, 2013:89). Ratnasari dan Aksa (2011:93-94) menyatakan, khusus pada sektor perdagangan jasa, perusahaan harus selalu mengupayakan adanya peningkatan dalam kualitas layanan (service quality), karena kualitas layanan yang semakin baik, akan semakin meningkatkan kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya akan dapat berimplikasi pada loyalitas pelanggan (customer loyalty).

Definisi kualitas sendiri menurut Kotler dan Keller (2009, p.169) adalah “Quality is the totality of features and characteristics of a product or service that bear on its ability to satisfy stated or implied needs” Dapat disimpulkan bahwa kualitas adalah keseluruhan dari fitur dan karakteristik dari sebuah produk atau jasa yang memiliki kemampuan untuk memuaskan kebutuhan. Sedangkan menurut Lewis dan Boom (1983) mendefinisikan kualitas jasa sebagai

ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

Menurut Seth et al. (2005), kunci dari peningkatan service quality meliputi (1) pasar yang jelas dan penerapan prinsip customer focus, (2) staf/karyawan yang selalu dimotivasi, (3) pemahaman yang jelas terkait konsep service quality dan faktor yang mempengaruhinya, (4) pengukuran yang efektif dan sistem feedback, (5) implementasi sistem yang efektif, dan (6) sistem peduli customer yang efisien. Berdasarkan pernyataan tersebut, dapat dikatakan bahwa dalam peningkatan service quality diperlukan peran pemimpin dan keseluruhan anggota organisasi. Menurut Seth et al. (2005), kunci dari peningkatan service quality meliputi (1) pasar yang jelas dan penerapan prinsip customer focus, (2) staf/karyawan yang selalu dimotivasi, (3) pemahaman yang jelas terkait konsep service quality dan faktor yang mempengaruhinya, (4) pengukuran yang efektif dan sistem feedback, (5) implementasi sistem yang efektif, dan (6) sistem peduli customer yang efisien. Berdasarkan pernyataan tersebut, dapat dikatakan bahwa dalam peningkatan service quality diperlukan peran pemimpin dan keseluruhan anggota organisasi.

Di sisi lain, model yang dikembangkan oleh Parasuraman et al. (1988) justru mendapat perhatian dari para akademisi dan praktisi (F. Ali et al., 2017). Model Servqual yang ia kembangkan memiliki lima komponen atau dimensi yang terdiri atas: (1) reliability, merujuk pada kesungguhan organisasi untuk memberikan pelayanan yang telah dijanjikan terhadap pelanggan secara akurat, di mana dari keseluruhan dimensi, reliability menjadi dimensi utama dalam model ini (Lam, 2002; Parasuraman et al., 1988), (2) assurance merujuk pada kemampuan organisasi dalam memberikan kepercayaan terhadap pelanggan, bagaimana menjaga pelanggan untuk tetap mendapat informasi, dan kemampuan organisasi dalam mendengarkan pelanggan (Parasuraman et al., 1988), (3) responsiveness, merujuk pada merujuk pada kecepatan respon dalam melayani pelanggan (Parasuraman et al., 1988), (4)

tangibility identik dengan fasilitas yang ada dalam organisasi untuk melayani pelanggan, misalnya properti, gedung, dan karyawan (Parasuraman et al., 1988), dan (5) empathy merujuk pada kepedulian organisasi terhadap pelanggan, menyediakan layanan, dan selalu memperhatikan pelanggan. Dengan kata lain, empathy ini menunjuk pada bagaimana organisasi mampu membuat pelanggan merasa spesial (Pakurár et al., 2019; Parasuraman et al., 1988).

Sementara itu, menurut Gronroos menyatakan bahwa kualitas layanan bergantung pada dua variabel, yakni *expected service* dan *perceived service*. Ekspektasi didefinisikan sebagai kebutuhan pelanggan yang menurut mereka harus ditawarkan oleh suatu organisasi, sedangkan persepsi merujuk pada evaluasi terhadap layanan yang diberikan oleh organisasi (Gronroos, 1984; Lim & Tang, 2000). Gronroos juga menyatakan 2 komponen dari *service quality* yang dimana yakni *technical quality* dan *functional quality*, di mana *technical quality* merujuk pada layanan yang diperoleh pelanggan dan *functional quality* merujuk pada bagaimana layanan tersebut sampai pada pelanggan, atau dengan kata lain cara organisasi menyediakan layanan. Ia pun menambahkan, bahwa persepsi pelanggan di atas merupakan gabungan dari kedua komponen tersebut. (Gronroos, 1984; Lim & Tang, 2000)

Kinerja bisnis PT Samudera Indonesia Tbk ("Perusahaan") cukup baik sepanjang tahun, dengan peningkatan laba kotor sebesar 11,1% menjadi USD66,2 juta. Total pendapatan tahun 2020 meningkat 11,8% menjadi USD490,8 juta. Namun demikian, Perusahaan terus fokus menjalankan upaya efisiensi, sehingga margin laba operasional juga mengalami peningkatan. Bagi sektor pelayaran, tahun 2020 adalah tahun yang berkah, khususnya bagi pelayaran kargo kontainer. Meskipun terpuruk di kuartal 1, sektor pelayaran mampu bangkit pada kuartal-kuartal selanjutnya. Penyebab utamanya adalah penurunan tajam harga bunker kapal sampai dengan 64% pada bulan April 2020 dibandingkan dengan bulan Januari 2020 yang disebabkan oleh jatuhnya harga minyak dunia. Sebagai gambaran, berdasarkan data Bloomberg, harga

bunker Very Low Sulphur Fuel Oil (VLSFO) di pelabuhanpelabuhan utama seperti Singapura, Rotterdam, Hong Kong, dan Fujairah secara rata-rata turun dari level USD634/MT pada bulan Januari 2020 ke USD227/MT di April 2020 (samudera.id) Ini menjadi bukti bahwa banyak pelanggan yang merasakan service quality yang baik sehingga merasa puas dengan pelayanan dari PT. Samudera Indonesia Tbk.

Kepuasan pelanggan ini disaebut juga sebagai customer satisfaction, yang dimana menurut Menurut Kotler dan Keller (2009), kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa yang dihasilkan dari perbandingan performance produk terhadap ekspektasi mereka. Jika performance tidak memenuhi ekspektasi, maka pelanggan menjadi tidak puas. Jika performance memenuhi ekspektasi, maka pelanggan menjadi puas. Jika performance melebihi ekspektasi, maka pelanggan merasa sangat puas. Customer satisfaction berkaitan dengan pengukuran sikap pelanggan atau bentuk evaluasi organisasi dari sikap, perasaan, dan opini pelanggan atas produk, layanan, merk atau brand organisasi yang membuat pelanggan puas (Johnson, 2015; Kotler, 2006)

Secara detail, Ozatac et al. (2016) menyebutkan hal yang dapat dilakukan organisasi untuk menarik dan memuaskan pelanggan adalah (1) pelayanan prima, (2) respon cepat dan tepat terhadap permintaan pelanggan, (3) pemenuhan kebutuhan dan ekspektasi pelanggan, (4) komunikasi yang terjaga dengan baik antara organisasi dengan pelanggan, (5) hubungan baik antara organisasi dan pelanggan, serta (6) kepercayaan yang dibangun di antara keduanya. Customer satisfaction merupakan indikasi tingkat kepuasan pelanggan atas layanan yang diberikan pihak organisasi. Customer satisfaction berkaitan dengan pengukuran sikap pelanggan atau bentuk evaluasi organisasi dari sikap, perasaan, dan opini pelanggan atas produk, layanan, merk atau brand organisasi yang membuat pelanggan puas (Johnson, 2015; Kotler, 2006)

Service quality sendiri tentunya akan menghasilkan sebuah bentuk loyalitas kepada pelanggan itu sendiri. Menurut (Gibson, 2005 : 75) loyalitas pelanggan adalah dorongan perilaku untuk melakukan pembelian secara berulang-ulang dan untuk membangun kesetiaan pelanggan terhadap suatu produk/jasa yang dihasilkan oleh badan usaha tersebut membutuhkan waktu yang lama melalui suatu proses pembelian berulang-ulang tersebut. Pelanggan (customer) berbeda dengan konsumen (consumer), seorang dapat dikatakan sebagai pelanggan apabila orang tersebut mulai membiasakan diri untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan. Kebiasaan tersebut dapat dibangun melalui pembelian secara berulang-ulang dalam jangka waktu tertentu tidak melakukan pembelian ulang maka orang tersebut tidak dapat dikatakan sebagai pelanggan tetapi sebagai seorang pembeli atau konsumen.

Dengan demikian Service Quality dapat menjadi sebuah indikator untuk adanya sebuah kepuasan pelanggan yang hadir di PT Samudera Indonesia Tbk yang diimana sebagai perusahaan logistik teremuka di Indonesia. Dari latar belakang yang peneliti paparkan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul: ***“Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan (studi pada pt. Samudera indonesia)”***

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut yaitu Bagaimanakah pengaruh service quality terhadap kepuasan pelanggan serta loyalitas pelanggan pada PT Samudera Indonesia Tbk?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapaun tujuan penelitian yang akan dilakukan yaitu menguji sejauh mana PT Samudera Indonesia berhasil mengoptimalkan service quality dengan beberapa indikatornya sebagai bentuk hadirnya sebuah kepuasan pelanggan secara baik di PT Samudera Indonesia Tbk.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang akan diperoleh penelitian ini adalah sebagai berikut: 1.

Manfaat teoritis

a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis, sekurangnya dapat berguna sebagai bahan referensi bagi dunia Pendidikan khususnya pada Service Quality dan kepuasan pelanggan di ilmu manajemen

b. b. Bagi peneliti diharapkan penelitian ini bermanfaat sebagai ilmu baru dalam Service Quality dan kepuasan pelanggan di ilmu manajemen

2. Manfaat praktis

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi semua pihak yang terlibat dalam penelitian ini.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis akan membatasi masalah tersebut agar maksud dan tujuan penelitian ini tercapai dengan akurat. Penelitian ini akan mengkaji tentang Service Quality sebagai variabel dependen (X1) dan Kepuasan Pelanggan sebagai independen (x2) dengan objek PT Samudera Indonesia.

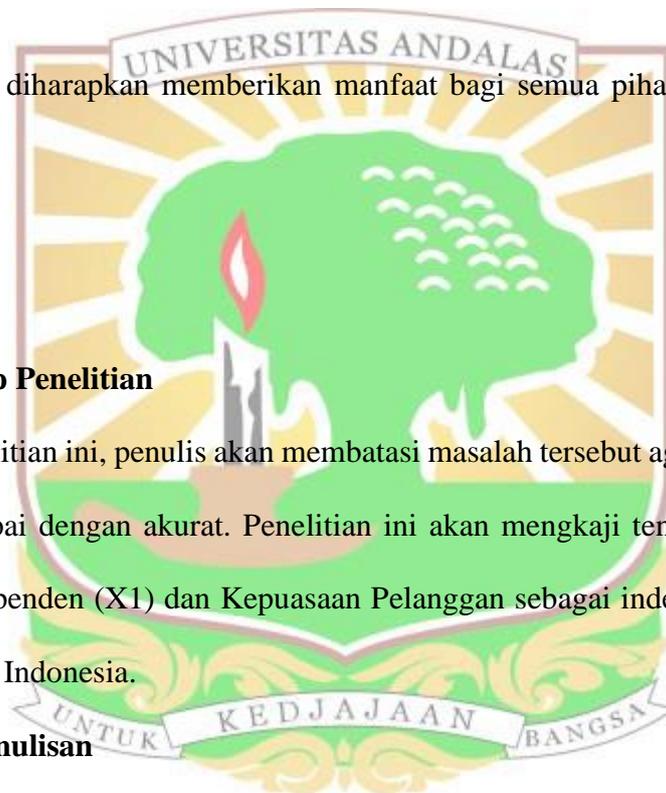
1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika pada penulisan penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan mengenai latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN LITERATUR



c. Bab ini menjelaskan teori-teori yang melandasi dengan permasalahan yang diteliti. Teori meliputi tentang Service Quality dan kepuasan pelanggan di ilmu manajemen. Selain itu pada bab ini membahas beberapa tinjauan Pustaka tentang penelitian terlebih dahulu, pengembangan hipotesis serta model kerangka pemikiran.

BAB III METODELOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan desain penelitian, populasi, sampel penelitian, jenis dan sumber data, strategi pengumpulan data dengan metode kuantitatif dengan menggunakan sample size dengan penyebaran kuisioner.

BAB IV ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan hasil penelitian peneliti di lapangan yang dimana nantinya akan menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan sample size dengan penyebaran kuisioner.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisikan bab penutup yang berisikan kesimpulan, saran yang berguna bagi PT Samudera Indonesia , dan keterbatasan penelitian yang terdapat Ketika melakukan penelitian.

