



BAB I

PENDAHULUAN

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang Masalah

Sejalan dengan tingkat kemajuan teknologi dan perdagangan di berbagai bidang dewasa ini, usaha dagang di bidang Jasa Angkutan Laut Kontener memiliki peranan yang cukup besar terhadap hasil pembangunan. Jasa angkutan ini memerlukan kecepatan dan ketepatan di dalam pengiriman barang, agar dapat mengimbangi persaingan yang ketat dengan Jasa Angkutan lainnya. Untuk itu perusahaan harus dapat menyesuaikan teknologi yang dimiliki dengan perkembangan situasi, seperti: mempunyai kapal-kapal yang cepat serta dilengkapi dengan peralatan yang canggih dan modern. Selain itu juga untuk mempercepat pengiriman barang antar pulau atau daerah, perlu dipercepat bongkar-muat barang di setiap pelabuhan yang disinggahinya.

Dewasa ini, pemasaran jasa merupakan pekerjaan yang sangat penting bagi perusahaan. Karena pada dasarnya setiap perusahaan didirikan dengan tujuan untuk mendapatkan laba atau keuntungan yang maksimal, sehingga dapat menjamin kelangsungan hidupnya. Oleh karena itu fungsi pemasaran sangat penting bagi perusahaan. Untuk dapat meningkatkan penjualannya di bidang Jasa Angkutan Laut, perusahaan harus dapat melakukan berbagai macam cara yang sejalan dengan kegiatan pemasaran. Salah satu aspek penting adalah *service*

quality kepada konsumen. Karena itu akan diteliti apakah ada perbedaan yang signifikan antara persepsi dan harapan kualitas layanan pelanggan yang diberikan oleh jasa kontener angkutan laut PT. Tanto Intim Line di Surabaya dan dari kelima dimensi *service quality* (tangibles, reliability, responsiveness, assurance dan empathy), dimensi manakah yang paling memuaskan pelanggan jasa kontainer angkutan laut PT. Tanto Intim Line di Surabaya.

Karena persaingan bisnis saat ini sangat ketat ditambah dengan tingkat pertumbuhan Ekonomi yang sangat rendah, maka perusahaan dituntut untuk semakin berhati-hati di dalam berkompetisi. Disamping itu situasi sosial-politik di negara kita (Indonesia) dan pasar yang tidak menentu akibat tidak stabilnya nilai tukar mata uang Rupiah terhadap Dollar Amerika maka perusahaan dituntut untuk memiliki strategi pemasaran yang tepat, yaitu: *Service Quality* yang baik. Sebab di dalam beroperasi apabila perusahaan tidak dapat memenuhi permintaan pelanggan maka pelanggan akan merasa tidak puas atau kecewa sehingga akan beralih ke perusahaan lain. Akibatnya, perusahaan akan kehilangan pelanggan dan membuat perusahaan tidak dapat memenuhi kelangsungan hidupnya. Agar perusahaan dapat beroperasi secara efisien, perusahaan harus dapat mengantisipasi masalah yang dihadapi dan mencari alternatif pemecahan atas masalah tersebut serta memilih alternatif pemecahan yang terbaik bagi perusahaan dalam bentuk keputusan-keputusan manajerial. Pemecahan masalah itu, misalnya: perusahaan berusaha untuk memberikan jasanya berupa *service quality* yang baik agar pelanggan merasa puas yaitu memenuhi kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan

harapannya. Apabila pelanggan sudah merasa puas maka persepsi atau tanggapannya mengenai jasa yang diberikan oleh perusahaan tersebut akan baik. Untuk menjaga persaingan yang tidak sehat antar perusahaan jasa angkutan laut, maka didirikan suatu badan organisasi pelayaran yang disebut: "INSA" (Indonesian National Ships-owner Assosiation), yang bertujuan untuk mengontrol tarif angkutan laut per kontener agar tidak terjadi kecurangan di dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.

Berdasarkan *service quality* ditentukan: sasaran dan segmentasi pasarnya; harga dan jalur distribusinya. Hal ini dilakukan agar jasa yang ditawarkan dapat diterima dan mendapat tempat teratas dibenak pelanggan, sehingga menimbulkan kesan positif bagi pelanggan dan semakin banyak pelanggan yang datang atau bahkan menjadi pelanggan tetap di dalam menggunakan jasa perusahaan tersebut.

Dengan demikian *service quality* sangat berpengaruh terhadap pemasaran jasa angkutan laut PT. Tanto Intim Line karena *service quality* adalah strategi perusahaan dan juga merupakan tulang punggung perusahaan di dalam menarik serta memberikan pelayanan yang memuaskan bagi pelanggan, sehingga pelanggan tidak kecewa dan lari ke perusahaan jasa angkutan lainnya. Jadi apabila *service quality* dijalankan secara tepat dan benar maka pelanggan akan loyal sehingga perusahaan akan mengalami kemajuan yang pesat sesuai target yang diinginkan.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian, sebagai berikut:

1. Apakah ada perbedaan yang signifikan antara persepsi dan harapan kualitas layanan pelanggan yang diberikan oleh jasa kontener angkutan laut PT. Tanto Intim Line di Surabaya?
2. Dari kelima dimensi *service quality* (tangibles, reliability, responsiveness, assurance dan empathy), dimensi manakah yang paling memuaskan pelanggan jasa kontener angkutan laut PT. Tanto Intim Line di Surabaya?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah ada perbedaan yang signifikan antara persepsi dengan harapan kualitas layanan pelanggan yang diberikan oleh jasa kontener angkutan laut PT. Tanto Intim Line di Surabaya.
2. Untuk mengetahui diantara kelima dimensi (tangibles, reliability, responsiveness, assurance dan empathy), manakah yang paling memuaskan pelanggan jasa pemasaran jasa kontener angkutan laut PT. Tanto Intim Line di Surabaya.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Sebagai bahan masukan atau pertimbangan menghadapi persaingan yang ketat bagi perusahaan jasa angkutan laut PT. Tanto Intim Line agar dapat meningkatkan *service quality* serta dapat bersaing dengan perusahaan jasa angkutan lainnya.
2. Merupakan kesempatan untuk mengaplikasikan teori-teori yang di peroleh waktu kuliah, terutama dalam kemampuan pengamatan, penganalisaan serta dapat memecahkan masalah-masalah yang ada.
3. Bagi pembaca, diharapkan dapat memperoleh khasanah ilmu pengetahuan atau sebagai bahan informasi tambahan bila ingin mengadakan penelitian lebih lanjut.

1.5. Sistematika Skripsi

Penyusunan skripsi ini terdiri dari lima (5) bab dengan urutan-urutan sebagai berikut :

Bab 1 : Pendahuluan.

Dalam bab ini akan diuraikan mengenai apa yang menjadi pokok masalah secara umum dari latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematikan skripsi.

Bab 2 : Tinjauan Kepustakaan.

Bab tinjauan kepustakaan ini terdiri dari tiga bagian. Bagian pertama terdiri dari penelitian terdahulu, sedangkan bagian kedua terdiri dari landasan teori, yaitu: pemasaran jasa; klasifikasi jasa; pengertian produk; produk inti, berwujud dan tambahan; pengertian service; pengertian quality; pengertian service quality; metode servqual: alat untuk mengukur service quality; penyebab potensial dari buruknya service quality; kepuasan pelanggan; persepsi pelanggan; harapan pelanggan; keberhasilan kepuasan pelanggan. Bagian ketiga terdiri dari hipotesis.

Bab 3 : Metode penelitian.

Metode penelitian terdiri dari: desain penelitian; identifikasi variabel; definisi operasional; sumber data; pengukuran data; alat dan metode pengumpulan data; populasi, sampel dan tehnik pengambilan sampel; tehnik pengambilan data; dan tehnik analisis data.

Bab 4 : Analisis dan Pembahasan.

Analisis dan Pembahasan ini terdiri dua bagian. Bagian pertama menjelaskan mengenai gambaran umum perusahaan yang terdiri dari: sejarah perusahaan; lokasi perusahaan; struktur organisasi; armada kapal-kapal kontener yang beroperasi milik perusahaan; proses jasa yang diberikan perusahaan. Bagian kedua mengenai deskripsi obyek penelitian dan pengujian hipotesis dengan menggunakan tehnik analisis data yang terdapat dalam bab 3, yang terdiri dari: perhitungan

mean, standard deviasi, perhitungan servqual yang dilihat dari bobot 5 dimensi, dan uji hipotesis yang menggunakan uji t.

Bab 5 : Simpulan dan Saran.

Pada bab terakhir ini terdapat beberapa simpulan dari pembahasan bab 4. Atas dasar simpulan yang diajukan tersebut, maka dikemukakan saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan.

