

BAB I

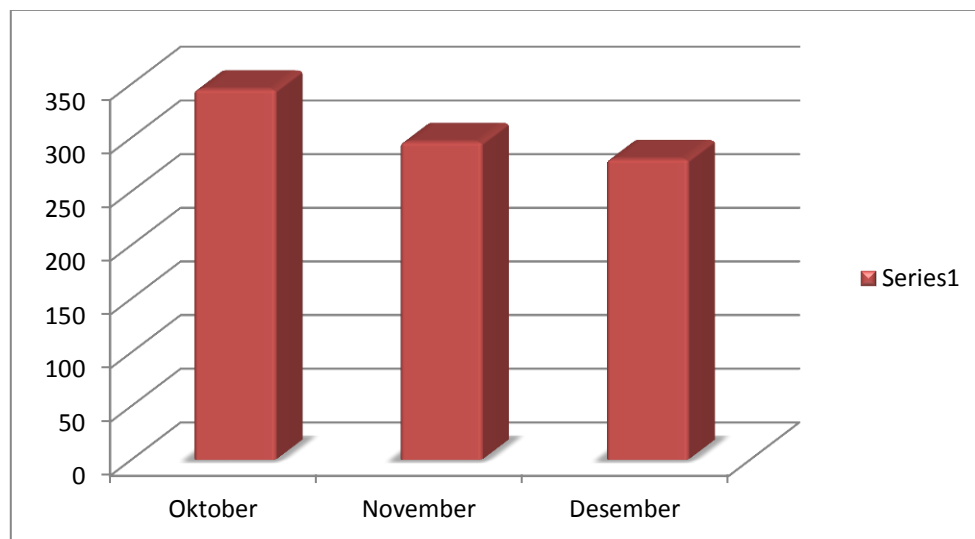
PENDAHULUAN

1.1. LatarBelakang

Industri jasa angkutan laut dengan menggunakan kapal laut merupakan jasa angkutan yang berperan dalam jasa pengangkutan barang dan penumpang. Sektor transportasi selain Didalam sistem transportasi nasional terdapat sektor kepelabuhan bagian strategis dari perdagangan. Sektor pelabuhan memerlukan suatu kesatuan yang terintegrasi dalam melayani kebutuhan dari sarana transportasi. Transportasi laut dapat menunjang perekonomian dalam Negara dengan memudahkan transfer teknologi, ilmu pengetahuan maupun perdagangan. Transportasi laut yang berupa kapal menyediakan berbagai macam tawaran yang disesuaikan kebutuhan masyarakat

PT. Pelayaran Sakti Inti Makmur Cabang Gresik merupakan perusahaan jasa angkutan penyeberangan untuk penumpang dari Gresik ke Pulau Bawean PP dengan armada kapalnya yang bernama KM. Express Bahari 8E. PT. Pelayaran Sakti Inti Makmur Cabang Gresik berdiri tanggal 21 Mei 2006 dan terletak di Jalan Pahlawan No. 36 Gresik. PT. Pelayaran Sakti Inti Makmur Cabang Gresik sudah sangat melekat bagi masyarakat Bawean yang ada di Bawean maupun di Gresik karena PT. Pelayaran Sakti Inti Makmur Cabang Gresik sudah hampir 12 tahun melayani transportasi laut masyarakat Pulau Bawean yang mau ke Gresik atau masyarakat Gresik yang mau ke Pulau Bawean.

Menurut Kotler (2009;49) mengatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang disebabkan oleh kinerja atau hasil suatu produk yang dirasakan, dibandingkan dengan harapannya. Apabila jasa yang di dapat pelanggan lebih kecil dari apa yang diharapkan pelanggan maka pelanggan akan menjadi tidak puas, tidak tertarik dan kecewa kepada penyedia jasa yang bersangkutan. Sedangkan apabila jasa yang dirasa oleh pelanggan melebihi apa yang diharapkan maka pelanggan akan merasa puas. Tingkat kepuasan pelanggan dapat diperoleh setelah terjadi nyata pembelian dan pemakaian. Kepuasan yang tinggi atau kesenangan cenderung akan menyebabkan konsumen berperilaku positif terjadinya kelekatan emosioal terhadap merek dan preferensi rasional sehingga hasilnya adalah kesetiaan (loyalitas) konsumen yang tinggi.



Gambar 1.1
Data Penumpang Kapal Bahari Express 8E Gresik
Selama Bulan Oktober 2017 – Desember 2017

Menurut Tjiptono (2008;43) Persepsi yang diperoleh dari interaksi pelanggan dengan fasilitas berpengaruh terhadap kualitas jasa tersebut dimata pelanggan. Menurut subroto (2008;36) menyatakan bahwa fasilitas adalah segala sesuatu yang dapat memudahkan dan memperlancar suatu usaha dapat berupa benda-benda maupun uang. Lebih luas lagi tentang pengertian fasilitas menurut Arikunto (2008;2) adalah fasilitas dapat diartikan sebagai segala sesuatu yang dapat memudahkan dan mperlancar pelaksanaan segala sesuatu usaha.

Pada sejumlah tepi jasa, persepsi yang terbentuk dari interaksi antara pelanggan dengan fasilitas jasa berpengaruh secara signifikan terhadap kualitas jasa bersangkutan di mata pelanggan (Tjiptono 2007;93) Selain asumsi atas fasilitas, harga dapat mempengaruhi keputusan orang dalam menggunakan jasa Travel. Dalam memasarkan suatu barang atau jasa, setiap perusahaan harus menetapkan harganya secara tepat. Begitu juga dengan biaya yang di keluarkan, semakin baik kualitas yang akan di berikan. Akan tetapi bagi sebagian masyarakat yang kondisi ekonominya terbatas faktor biaya yang besar akan menjadi masalah, dan faktor biaya pasti akan sangat menjadi pertimbangan. Biaya dikatakan tepat jika sesuai dengan kualitas jasa yang diberikan. Biaya merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa (Tjiptono,208;151) Sedangkan menurut Swastha (2007;147) harga adalah jumlah uang yang di butuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya

Tjiptono (2014;227) berpendapat bahwa harga merupakan jumlah uang (satuan moneter) dan atau aspek lain (non-moneter) yang mengandung utilitas tertentu untuk mendapatkan suatu jasa. Di samping itu, menurut Philip Kotler dan Keller (2009b;67) berpendapat bahwa harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan biaya. Dari empat unsur bauran pemasaran tradisional, harga adalah elemen yang mudah diubah dan diadaptasikan dengan dinamika pasar. Menurut Tjiptono (2014;192) harga berperan penting secara makro (bagi perekonomian secara umum) dan secara mikro (bagi konsumen dan perusahaan).

1. Bagi perekonomian. Harga produk mempengaruhi tingkat upah, fee, bunga, dan laba. Harga merupakan regulator dasar dalam system perekonomian, karena harga berpengaruh terhadap alokasi faktor – faktor produksi, seperti tenaga kerja, tanah, modal, waktu, dan kewirausahaan (*entrepreneurship*). Tingkat upah yang tinggi menarik tenagakerja, tingkat bunga yang tinggi menjadi daya tarik bagi investasi modal, dan seterusnya. Sebagai alokator sumber daya, harga menentukan apa yang akan di produksi (penawaran) dan siapa yang akan membeli barang dan jasa yang dihasilkan (permintaan).
2. Bagi konsumen, dalam penjualan ritel ada segmen pembeli yang sangat sensitive terhadap factor harga (menjadikan harga sebagai satu – satunya pertimbangan membeli produk) dan ada pula yang tidak.
3. Bagi perusahaan, dibandingkan dengan bauran pemasaran lainnya (produk, distribusi dan promosi) yang membutuhkan pengeluaran dan ada jumlah besar,

harga merupakan satu – satunya bauran pemasaran yang mendatangkan pendapatan.

Harga dilihat dari sudut pandang konsumen seringkali digunakan sebagai indikator nilai bila mana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan terhadap harga. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pada tingkat harga tertentu, jika manfaat yang dirasakan meningkat, maka nilainya akan meningkat pula. Apabila yang dirasakan pelanggan semakin tinggi, maka nilainya akan menciptakan kepuasan pelanggan yang maksimal (Tjiptono, 2009;13).

Selain itu, kualitas layanan karyawan PT. Pelayaran Sakti Inti Makmur Cabang Gresik pun sangat baik, mulai dari pakaian yang di gunakannya sangat sopan sekali. Dan tidak hanya itu saja, terhadap pelangganpun juga pelayanannya sangat ramah sekali. Terbukti semakin banyaknya pelanggan yang membeli ulang tiket tersebut. PT. Pelayaran Sakti Inti Makmur Cabang Gresik memiliki keistimewaan tersendiri di banding perusahaan jasa angkutan penyeberangan untuk penumpang lainnya untuk penyeberangan Gresik – Pulau Bawean PP karena dengan mendapatkan layanan dari PT. Pelayaran Sakti Inti Makmur Cabang Gresik dengan menaiki armadanya yaitu KM. Express Bahari 8E, kita bisa melakukan perjalanan dari Gresik kePulau Bawean PP dengan jarak tempuh kurang lebih 3 jam dan itu lebih cepat daripada kapal dari perusahaan jasa angkutan penyeberangan penumpang lainnya untuk penyeberangan Gresik kePulau Bawean. Selain itu, harga tiket kapal PT. Pelayaran Sakti Inti Makmur untuk penyeberangan Gresik ke Pulau Bawean PP

cukup bersaing diantara perusahaan-perusahaan pelayaran lainnya yang melayani jasa angkutan penyeberangan untuk penumpang dari Gresik ke Pulau Bawean PP.

Persaingan perusahaan jasa angkutan penyeberangan untuk penumpang semakin ketat. Hal ini dibuktikan dengan semakin banyaknya perusahaan jasa angkutan penyeberangan untuk penumpang yang melayani penyeberangan Gresik ke Pulau Bawean PP. Diantaranya yaitu :kapal KM. Natuna Express dimana itu adalah sebuah kapal milik PT. Mitra Kalindo Samudra yang kantornya di jalan Panglima Sudirman Gresik dan KMP. Gili yang milik PT. Dharma Lautan Utama yang kantornya terletak di jalan Perak Surabaya.

Berdasarkan uraian di atas, maka menarik untuk meneliti tentang“ **Pengaruh Fasilitas, Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen PT. Pelayaran Sakti Inti Makmur Cabang Gresik**”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah diatas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah fasilitas berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen PT. Pelayaran Sakti Inti Makmur Cabang Gresik?
2. Apakah harga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen PT. Pelayaran Sakti Inti Makmur Cabang Gresik?
3. Apakah kualitas layanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen PT. Pelayaran Sakti Inti Makmur Cabang Gresik?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis:

1. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas secara parsial terhadap kepuasan konsumen PT. Pelayaran Sakti Inti Makmur Cabang Gresik.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga secara parsial terhadap kepuasan konsumen PT. Pelayaran Sakti Inti Makmur Cabang Gresik.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan secara parsial terhadap kepuasan konsumen PT. Pelayaran Sakti Inti Makmur Cabang Gresik.

1.4. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi berbagai pihak antara lain adalah sebagai berikut :

1. Bagi PT. Pelayaran Sakti Inti Makmur Cabang Gresik

Diharapkan dapat memberi manfaat berupa masukan bagi PT. Pelayaran Sakti Inti Makmur Cabang Gresik guna menunjang perkembangan di masa yang akan datang tentang kepuasan konsumen.

2. Bagi Akademisi

Sebagai salah satu sumber referensi bagi kepentingan keilmuan dalam mengatasi masalah yang sama, serta sumbangan pemikiran dan informasi khususnya bagi mahasiswa yang mendalami bidang manajemen pemasaran dan bermanfaat bagi perpustakaan Universitas Muhammadiyah Gresik, sebagai bahan bacaan dan pembelajaran bagi mahasiswa lainnya.