

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi saat ini perubahan dan perkembangan di bidang teknologi terus mengalami kemajuan dan membawa dampak yang cukup besar, seperti halnya di bidang pemasaran jasa. Deregulasi, kompetisi, dan kemajuan teknologi ini tampaknya memberikan tekanan pada perusahaan untuk terus menunjukkan peningkatan kualitas pelayanan dan promosi yang berfokus pada pelanggan, sebagai cara untuk mempertahankan pelanggan.

Kebutuhan akan jasa transportasi sangatlah penting, jasa transportasi ini meliputi transportasi udara, transportasi darat, dan transportasi laut. Dilihat dari berbagai jenis transportasi, jasa transportasi laut sangat berbeda dengan alat transportasi lainnya, karena transportasi laut mampu membawa penumpang ataupun barang dalam jumlah besar dari suatu daerah ke daerah lain. Dalam memenuhi kebutuhan tersebut pemerintah Indonesia mengadakan akomodasi bidang transportasi laut, mengingat sebagian besar Indonesia dihubungkan melalui perairan.

PT Pelayaran Nasional Indonesia atau disebut PT Pelni ini termasuk salah satu BUMN di Indonesia, PT Pelni menyediakan jasa angkutan penumpang dan muatan barang antar pulau yang rutenya telah ditentukan dan siap melayani masyarakat di Indonesia dengan tarif yang telah ditetapkan oleh pemerintah sehingga pelaksanaannya dapat terencana.

Seiring dengan perkembangan jaman dan meningkatnya jumlah pemakai jasa transportasi, banyak perusahaan transportasi saat ini berlomba-lomba mengungguli pasar dan mereka dituntut untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan promosi secara profesional untuk memenangkan persaingan di bidang jasa transportasi. Hal ini tidak menutup kemungkinan bagi PT Pelni yang menjadi tuan rumah dalam lingkup transportasi kapal penumpang dan muatan barang antar pulau yang ikut bersaing dalam memberikan pelayanan dan promosi terbaik sebagai pelayaran nasional di Indonesia.

Pelayanan berkualitas mempunyai peran penting dalam membangun kepuasan konsumen dan erat kaitannya dalam mencapai keuntungan bagi perusahaan. Ketidakpuasan konsumen terhadap pelayanan akan berdampak pada penurunan pengguna jasa transportasi kapal PT Pelni ini. Oleh karena itu semakin berkualitas pelayanan yang ditawarkan dan diberikan oleh perusahaan maka keputusan konsumen untuk membeli sebuah produk atau jasa akan semakin tinggi.

Persaingan yang semakin ketat pula menyebabkan pesaing dari berbagai jasa transportasi mulai memunculkan beberapa strategi. Salah satu strateginya yaitu promosi. Promosi merupakan alat penting untuk menarik konsumen. Promosi menjadi salah satu strategi yang tepat dalam penyampaian komunikasi kepada konsumen. Salah satu bentuk promosi yang tepat digunakan oleh perusahaan adalah periklanan dan promosi penjualan.

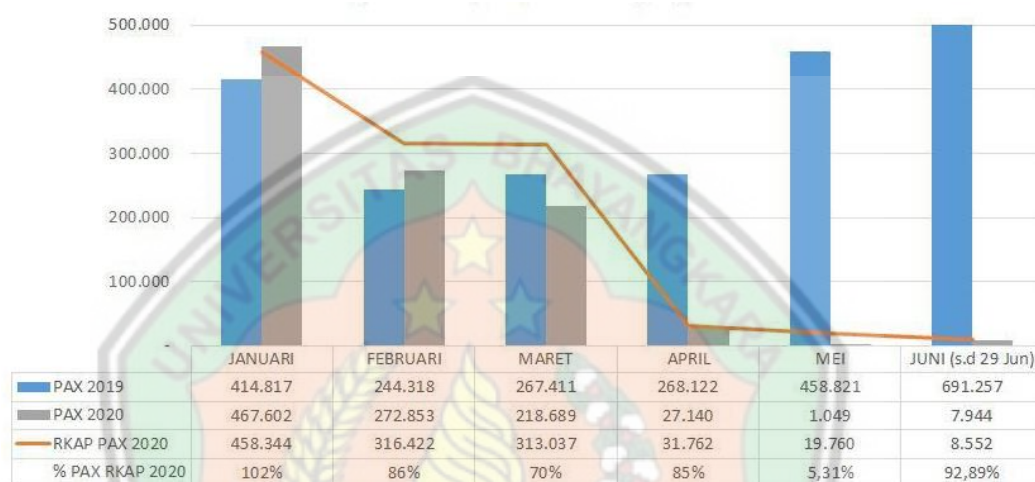
Fenomena dalam PT Pelni yaitu terletak pada kualitas pelayanan dan promosi yang diberikan masih belum maksimal secara teknis, administrasi, dan fasilitas sehingga kendala ini menjadi isu besar bagi PT Pelni karena sebagian besar masyarakat Indonesia lebih memutuskan menggunakan transportasi udara. Dilihat dari segi teknis, kepastian jadwal keberangkatan tidak menentu, kelalaian dan kesalahan penumpang, misalnya kapal telat datang atau penumpang datang terlambat. Dari segi administrasi penumpang dikecewakan dengan kehabisan tiket dan pembelian tiket online yang hanya bisa melalui Pelni *Mobile* yang terkadang sulit untuk diakses, karena saat ini PT Pelni belum memasuki *marketplace online*, seperti Traveloka, Tiket.com, dan lainnya untuk penjualan tiket, selain itu teknik promosi penjualan dan periklanan kurang terlihat. Dari segi fasilitas yang diberikan didalam pelabuhan pada ruang tunggu di area terminal penumpang kurang memadai sehingga banyak penumpang yang terlantar.

Keluhan para penumpang terhadap jasa transportasi laut PT Pelni ini menjadi cerminan kualitas pelayanan dan promosi yang tidak maksimal. Maka dari itu pelanggan menjadi lebih kritis dan pintar dalam memilih alat transportasi mana yang dapat memberikan kualitas layanan prima dan cepat. Kondisi ini memaksa PT Pelni harus lebih cepat dalam meningkatkan jasa pelayanannya, terutama dalam pelayanan dan promosi tiket menganalisis permintaan serta kebutuhan pelanggan,

karena pelanggan merupakan kunci untuk memenangkan persaingan dan dampaknya bagi perusahaan akan memperoleh laba maksimum.

Berdasarkan fenomena yang telah dibahas dan hasil wawancara, didapatkan data yang diperoleh peneliti terkait dengan jumlah penumpang terdapat fenomena adanya penurunan jumlah penumpang kapal, berikut adalah data yang telah diuraikan oleh peneliti.

Tabel 1.1 Data Jumlah Penumpang Kapal PT Pelni



Sumber: Data Jumlah Penumpang Kapal PT Pelni, 2020

Dari grafik diatas merupakan data jumlah penumpang kapal PT Pelni pada semester I yaitu bulan januari – juni tahun 2019 dan 2020 yang dimana mengalami perbandingan turun dan naiknya jumlah penumpang kapal. Hal ini tidak terlepas dari faktor-faktor kualitas pelayanan dan promosi. Faktor kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting karena bertujuan untuk memberikan sesuatu yang terbaik agar konsumen merasakan adanya kepuasan. Sama halnya dengan faktor promosi merupakan salah satu pula faktor penting karena promosi dilakukan dengan tujuan untuk memberitahukan, membujuk, dan mengingatkan kembali konsumen terhadap sebuah produk atau jasa sehingga konsumen dapat membeli produk atau jasa tersebut.

Untuk menjawab fenomena yang ada, penulis telah melakukan penelitian yang bertujuan untuk memahami kondisi pada kualitas pelayanan dan promosi PT

Pelni saat ini. Penelitian ini dilakukan agar peneliti dapat memahami apa yang sebenarnya di harapkan para pengguna jasa kapal PT Pelni.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dalam bentuk skripsi yang berjudul **“ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET KAPAL PADA PT PELNI”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dipaparkan diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian tiket kapal pada PT Pelni?
2. Apakah terdapat pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian tiket kapal pada PT Pelni?
3. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan promosi secara simultan terhadap keputusan pembelian tiket kapal pada PT Pelni?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan pembelian tiket kapal pada PT Pelni.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian, maka diharapkan dapat memberi manfaat bagi semua pihak yang berkepentingan dan berhubungan dengan penelitian antara lain:

1. Manfaat Teoritis

Dari penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dan penerapannya ke dalam dunia praktek manajemen pemasaran khususnya tentang keputusan pembelian ditinjau dari kualitas pelayanan dan promosi dalam mengimplementasikan teori yang diperoleh di bangku kuliah dengan situasi dan kondisi di lapangan penelitian. Memberikan beberapa informasi kepada pihak lain

untuk melakukan penelitian lebih lanjut dan dapat menambah kepustakaan sebagai informasi bahan perbandingan bagi penelitian ini sebagai wujud Universitas Bhayangkara Jakarta Raya umumnya dan Fakultas Ekonomi pada khususnya Program Studi Manajemen.

2. Manfaat Praktis

Sebagai bahan pertimbangan dan masukan untuk perusahaan dalam menentukan kebijakan dan strategi yang tepat dalam rangka upaya meningkatkan keputusan pembelian sehingga hasil yang diharapkan tercapai dan memenuhi kebutuhan pasar.

1.5 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, maka permasalahan dalam penelitian perlu adanya batasan masalah serta ruang lingkup upaya agar dalam melakukan penelitian hanya terfokus pada Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Kapal Pada PT Pelni.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pemahaman dalam penulisan penelitian ini, penulis membaginya kedalam lima bab. Dalam setiap bab difokuskan hanya membahas satu permasalahan saja. Pokok-pokok yang akan dibahas untuk masing-masing bab dikemukakan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang hal-hal penulisan proposal skripsi, meliputi: latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah dan sistematika penulisan proposal skripsi.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini memuat literatur yang mendasari topik penelitian pada umumnya dan bab ini berisi bahasan hasil penelitian, kerangka berpikir, hipotesis dan ringkasan hasil penelitian terdahulu.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini terdiri dari desain penelitian, tahapan penelitian, waktu dan tempat penelitian, subjek dan objek penelitian, metode pengumpulan data, dan metode analisis data.

BAB IV PEMBAHASAN

Bab ini penulis akan menerangkan tentang objek penelitian, deskripsi data, analisis data, dan pembahasan penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian yang dilakukan dan mengemukakan saran yang dapat bermanfaat bagi kemajuan perusahaan.

