

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Industri transportasi saat sedang memasuki masa pertumbuhan salah satunya moda transportasi. Perkembangan tersebut dipengaruhi oleh pertumbuhan minat beli masyarakat. Beberapa aspek yang merajai minat beli seseorang yaitu, hasrat serta emosi terhadap apa yang diinginkan, semakin seseorang itu mempunyai hasrat terhadap apa yang diinginkan maka seseorang itu akan membeli barang atau produk terhadap apa yang diminatinya. Dan terhadap emosi juga bisa menimbulkan ketidakpuasan yang biasanya juga memengaruhi seseorang untuk menghilangkan rasa minat beli terhadap apa yang diinginkan. Minat beli yang dilakukan oleh konsumen juga dapat dirasakan ketika konsumen dapat merasakan kepuasan yang diterima dari apa yang diperoleh.

Selain minat beli, faktor lain yang menjadi penunjang tingginya minat beli yaitu dengan adanya kualitas pelayanan. Hal tersebut berpengaruh dijadikan acuan untuk meningkatkan jumlah konsumen perhari serta mempertahankan pelanggan tetap. Dalam dunia bisnis setiap perusahaan memiliki trik tersendiri agar meningkatkan jumlah konsumen yakni memberikan rasa puas terhadap konsumen. Minat beli pelanggan secara langsung dan tidak langsung akan meningkat pula jika kepuasan yang diterima baik. Perusahaan perlu mengutamakan kualitas pelayanan agar dapat maju dalam bersaing terhadap perusahaan lain. Kebutuhan serta keinginan konsumen terpenuhi sesuai dengan harapan juga didukung oleh kualitas pelayanan.

Berikut merupakan data penjualan tiket kapal periode 6 (enam) bulan terkahir dari bulan Oktober 2020 sampai dengan bulan Maret 2021 di PT. Tri Mitra Batam

**Tabel 1.1** Target dan Realisasi Penjualan di PT. Tri Mitra Batam 2020-2021

No	Bulan	Target Penjualan (pcs)	Realisasi Penjualan (pcs)	Tingkat Pencapaian Target (%)
1	Oktober	250	220	88,00
2	November	250	210	84,00
3	Desember	250	200	80,00
4	Januari	250	180	72,00
5	Februari	250	160	64,00
6	Maret	250	120	48,00
<b>Rata-rata</b>				<b>72,66</b>

Sumber: Data Penelitian,2021

Berdasarkan table 1.1 dapat dikatakan bahwa pencapaian penjualan tiket tertinggi terjadi pada bulan Oktober tahun 2020 sebanyak 220 tiket dengan presentase 88% dan penjualan tiket terendah terjadi pada bulan Maret tahun 2021 sebanyak 120 tiket dengan presentase 48%. Dan rata rata penjualan tiket dari bulan Oktober 2020 hingga dengan bulan Maret 2021 presentase sebesar 72,66%, sehingga dapat dikatakan bahwa penjualan tiket di PT. Tri Mitra Batam belum mencapai target penjualan.

Beberapa *survey* memberikan sebuah pernyataan bahwa calon penumpang yang menggunakan jasa tersebut mengalami kekecewaan karena harapan atas kualitas pelayanan yang tidak sesuai dengan konsumen. Masih banyak keluhan yang didapatkan konsumen dari kualitas pelayanan kapal Sb. Karoma. Perbandingan harapan dan kenyataan yang didapat tidak sesuai apa yang diinginkan konsumen dan terdapat beberapa kritik dari pihak konsumen. Berikut data kritik yang diberikan oleh konsumen PT.Tri Mitra Batam selama 6 bulan terakhir.

**Tabel 1.2.** Kritik Konsumen PT.Tri Mitra Batam

No	Jumlah Komplain (orang)	Kritik
1	10	Tingkat keramahan yang kurang
2	5	Kurangnya pelayanan yang diberikan
3	7	Tidak menanggapi keluhan penumpang
4	15	Banyaknya informasi calo
5	9	Kurang nya informasi yang diberikan

Sumber: Data Penelitian,2021

Pada tabel 1.2 dapat kita uraikan beberapa kritik dari konsumen yang datang ke tempat tersebut, sehingga dapat kita simpulkan bahwa pelayanan yang diterima para konsumen belum sepenuhnya berkualitas.

Selain kualitas pelayanan, harga merupakan hal terpenting dalam peningkatan penjualan, dimana harga sangat menentukan tingkatan suatu barang serta jasa. Harga juga merupakan alat penentu apakah konsumen tersebut ingin membelinya atau tidak. Harga juga berpengaruh terhadap perusahaan, karna jika perusahaan mematok harga yang tinggi kepada konsumen bukan tidak mungkin konsumen akan lari dan perusahaan bisa mengalami kebangkrutan.

Banyak perusahaan mengalami kegagalan dalam usahanya salah satunya ialah persaingan harga, karena kebanyakan perusahaan hanya ingin memikirkan bagaimana produknya bisa terjual dengan laris dan tidak mementingkan bagaimana produk yang dijual bisa lebih meyakinkan konsumen bahwa produknya bisa dihargai dan bernilai tinggi.

Harga juga merupakan hal terpenting apakah konsumen tertarik untuk membeli produknya atau tidak terlepas dari itu semua, Selain itu pertimbangan harga dan minat beli saling berkaitan sejak adanya pandemi yang terjadi, membuat penjualan semakin menurun dan kurangnya minat beli membuat perusahaan Tri

Mitra Batam mengalami penurunan jumlah penumpang yang sangat signifikan serta adanya kebijakan-kebijakan yang membatasi pergerakan manusia sehingga jumlah penumpang pun sangat sedikit

Dilihat dari kebijakan yang sudah ada perusahaan mau tidak mau merasakan akibat dari pandemi yang terjadi. PT Tri Mitra Batam yang bergerak dibidang pelayaran juga terkena imbasnya terhadap pandemi saat ini. Hal itu dibuktikan melalui realisasi penjualan yang tidak mencapai target penjualan. Hal ini membuat resah pihak perusahaan PT Tri Mitra Batam terhadap penurunan jumlah penumpang yg signifikan. Maka dari itu, penulis sangat terdorong untuk menjalankan riset dengan judul **“Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Calon Penumpang Di Pt.Tri Mitra Batam”**.

## **1.2. Identifikasi Masalah**

Bersumberkan latar belakang sebelumnya, maka dapat dipahami kendala yang terjadi yakni:

1. Minimnya minat beli konsumen akan harga yang ditetapkan oleh PT Tri Mitra Batam.
2. Adanya rasa ketidakpuasan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan terhadap konsumen yang terdapat di PT Tri Mitra Batam.
3. Pelayanan yang diberikan terhadap kepuasan pelanggan yang kurang responsive

### **1.3. Batasan Masalah**

Beberapa Batasan Masalah yang diuraikan terhadap penelitian ini maka dapat disimpulkan yakni:

1. Harga dalam penelitian ini dilihat dari bermacam indikator yakni, keterjangkauan harga, kualitas dan harga yang seimbang, persaingan harga, dan manfaat produksi harus sesuai dengan harga.
2. Kualitas Pelayanan yang diteliti dapat dilihat dari berbagai indikator diantaranya segi jaminan, ketanggapan, empati, dan bukti fisik.
3. Minat Beli dapat dilihat dari beberapa indikator seperti minat transaksional, minat referensial, minat eksploratif, minat preferensial

### **1.4. Rumusan Masalah**

Peneliti mengembangkan rumusan masalah yakni:

1. Apakah minat beli konsumen di PT. Tri Mitra Batam terpengaruh terhadap harga ?
2. Apakah minat beli terpengaruh atas kualitas pelayanan di PT. Tri Mitra Batam ?
3. Apakah minat beli terpengaruh atas harga dan kualitas pelayanan di PT. Tri Mitra Batam.

### **1.5. Tujuan Penulisan**

Peneliti mengembangkan tujuan penelitian yakni:

1. Mengevaluasi pengaruh harga terhadap minat beli konsumen PT Tri Mitra batam
2. Mengevaluasi pengaruh pelayanan terhadap minat beli konsumen PT Tri Mitra Batam

3. Mengevaluasi pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen PT Tri Mitra Batam

## **1.6. Manfaat Penulisan**

### **1.6.1 . Manfaat Teoritis**

Untuk dijadikan pedoman, dasar, serta informasi bagi pembaca yang tertarik melanjutkan penelitian terkait pemasaran dan keputusan pembelian.

### **1.6.2 . Manfaat Praktis**

Hasil dari riset ini diharapkan dapat dialokasikan bagi berbagai pihak yakni:

1. Bagi Peneliti

Mempraktekan kedalam dunia kerja nantinya serta mendapatkan pembelajaran baru mengenai pemasaran.

2. Bagi Akademisi

Menjadikan pokok pedoman, inspirasi serta pandangan bagi mahasiswa-mahasiswi dalam menjalankan riset selanjutnya yang tertarik dalam dunia pemasaran.

3. Bagi Perusahaan *Travel Agent*

Memahami aspek yang terkait seputar kepuasan serta keinginan konsumen yang akan dijadikan sebagai patokan untuk meningkatkan penjualan tiket serta wawasan dalam persaingan dengan agensi lain.

#### 4. Bagi Pelanggan

Menambah informasi terhadap konsumen terkait bisnis transportasi laut, baik dalam segi menentukan harga, menaikkan minat terhadap transportasi laut, ataupun edukasi terhadap konsumen dalam memilih jasa transportasi laut.