

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Lingkungan bisnis saat ini semakin banyak pendatang baru dalam menguasai pasar. Perusahaan harus mampu memanfaatkan sumber daya yang dimilikinya agar dapat terus bersaing dengan para pesaing lainnya. Perusahaan harus mempunyai strategi pemasaran yang efektif dan juga efisien agar dapat menarik konsumen lebih banyak. Strategi pemasaran sangatlah penting untuk menarik konsumen dalam memutuskan membeli suatu produk ataupun jasa yang ditawarkan pada perusahaan. Strategi dibutuhkan untuk memengaruhi konsumen dalam membuat keputusan pembelian.

Setelah mempunyai strategi pemasaran, perusahaan haruslah memberikan pelayanan yang baik kepada para konsumen agar konsumen tetap menggunakan jasa yang disediakan perusahaan, selain itu kualitas pelayanan juga diperlukan sehingga harga yang terlihat mahal harus dimbangi dengan tingkat kualitas pelayanan demi tercapainya kepuasan dari konsumen.

Dizaman *moderen digital* saat ini banyak perusahaan yang melakukan promosi produk dan jasa mereka melalui iklan di televisi, majalah, koran dan juga internet. Sehingga perusahaan haruslah sangat memperhatikan hal tersebut agar tidak tertinggal dalam hal mempromosikan produk dan jasa mereka, karena jika tidak bisa mengimbangi kemajuan zaman perusahaan bisa terancam oleh zaman yang semakin *moderen*.

Sumberdaya yang ada yang ada di kota Batam sangat memungkinkan untuk membuka peluang usaha dalam bidang pelayaran rute Batam-Singapura karena jarak yang harus ditempuh cukup dekat. Di kota Batam ada beberapa perusahaan yang bergerak di bidang pelayaran salah satunya yaitu PT. Pelayaran Megah Jaya Sejahtera dengan kapalnya yang bernama *Majestic Fast Ferry* yang mempunyai terminal ferry di Sekupang dan Batam Centre.

Sebelum berpindah tangan atau *take over* PT. Pelayaran Megah Jaya Sejahtera dulunya bernama PT. *Pelnas Pacific Ferry Lines* dengan nama kapal *Pacific* dan *Watefront ferry*, karena mengalami penurunan penjualan yang cukup drastis yang mengharuskan PT. *Pelnas Pacific Ferry Lines* melepas sahamnya.

Awal mulanya PT. Pelayaran Megah Jaya Sejahtera beroperasi menggunakan kapal *wavemaster*, namun seiring berjalannya waktu PT. Pelayaran Megah Jaya Sejahtera membuat kapal nya sendiri dengan nama *Majestic Fast Ferry*. Penelitian akan dilakukan di pelabuhan Sekupang karena konsumen yang datang ke pelabuhan Sekupang cukup sedikit dibandingkan dengan konsumen yang ada di Batam Centre, sehingga perusahaan harus mempunyai strategi pemasaran yang bagus untuk menarik konsumen untuk memutuskan membeli tiket *Majestic* yang ada di pelabuhan Sekupang.

Tabel 1. 1 Perbandingan Jumlah Penumpang Pelabuhan Sekupang

Periode Januari – Juni 2019

Bulan	Sindo Ferry	Batam Fast	Majestic Ferry
Januari	3.021	2.538	11.074
Februari	9.267	9.050	8.494
Maret	10.856	14.404	7.403
April	8.665	6.937	6.609
Mei	8.824	6.051	5.068
Juni	10.413	7.591	2.031
Total	51.046	46.571	40.679

Sumber: Passanger Records Majestic Fast Ferry Sekupang 2019

Penurunan jumlah penumpang yang menggunakan jasa transportasi *Majestic Fast Ferry* dapat dilihat pada tabel di atas, hal tersebut dikarenakan konsumen memerlukan pelayanan yang bisa membuat mereka merasa puas saat konsumen sebelum melakukan perjalanan dan saat di perjalanan, masalah yang sering terjadi pada *Majestic* di Sekupang yaitu seringnya terjadi error pada sistem BMS (*Boarding Management System*) dan *Agent Portal Majestic* yang membuat proses *check-in* terganggu, oleh sebab itu konsumen harus menunggu lama, bahkan jika hal tersebut terjadi pada keberangkatan kapal pertama jam 06.00 pagi banyak yang mengeluh atas hal tersebut bahkan bisa menyebabkan penumpang ketinggalan

kapal sehingga harus menunda keberangkatan mereka, kurangnya kepuasan konsumen pada jam selanjutnya, ataupun jadwal keberangkatan menjadi tertunda (*Delay*). Menurut (Sangadji, 2013:99) merumuskan bahwa: “ terciptanya suatu kualitas apabila terpenuhinya harapan dikarenakan terjadinya keadaan yang selalu berubah dengan berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungannya.

Pada setiap jasa terutama yang dimaksud disini yaitu jasa pelayaran yang mengharuskan semua orang tahu tentang jasa yang akan perusahaan berikan. *Majestic Fast Ferry* kurang dalam hal mempromosikan tiketnya jika dibandingkan dengan *Batam Fast Ferry* dan *Sindo Ferry* mereka mempunyai strategi pemasaran yang bagus, Batam Fast dan Sindo membuat aplikasi melalui *app store* yang bisa di *download* oleh *smartphone* semua orang dan akan memunculkan notifikasi jika ada berita paling baru tentang jadwal keberangkatan kapal maupun harga tiket promosi, sehingga para konsumen bisa selalu *update* tentang berita yang paling baru dan konsumen bisa melakukan transaksi secara *online* hal tersebut akan sangat menguntungkan bagi perusahaan. *Majestic Fast Ferry* hanya mengandalkan promosi dari marketingnya saja hal tersebut sangat disayangkan karena konsumen tidak bisa merasakan kemudahan dalam melakukan transaksi dan megakses informasi harga tiket *majestic*. Harga tiket promosi *Majestic* juga menjadi masalah karena harga tiket promosi yang di tawarkan perusahaan cukup tinggi. Ini dilihat pada tabel 1.2 sebagai berikut :

Tabel 1. 1 Perbandingan Harga Promosi Tiket

Jenis Ticket	Sindo Ferry	Batam Fast	Majestic Ferry
<i>One Way</i>	235.000	250.000	250.000
<i>Two Way Indo</i>	390.000	390.000	400.000
<i>Two Way Foreign</i>	405.000	470.000	490.000

Berdasarkan tabel diatas, harga *Majestic Fast Ferry* lebih mahal dibandingkan dengan harga tiket dari agen-agen yang lainnya sehingga konsumen lebih memilih menggunakan jasa transportasi agen lain dengan harga yang lebih murah, selainitu kurangnya promosi yang dilakukan marketing menyebabkan konsumen tidak memilih jasa transportasi *Majestic Fast Ferry*, sehingga menurunnya kepuasan konsumen.

Kepuasan pelanggan merupakan persepsi pelanggan terhadap rasa puas pada suatu produk dan jasa yang dapat meningkatkan rasa senang dan ingin kembali menggunakan produk atau jasa tersebut. Jika kepuasan pengunjung maka akan menciptakan perasaan puas atas kinerja yang dirasakan setelah membandingkan antara harapan sebelumnya dengan hasil yang dirasakan setelah pemakaiannya (Siti, 2016).

Kepuasan konsumen terhadap *Majestic Fast Ferry* di pelabuhan sekupang semakin menurun diakibatkan kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan yang tidak sesuai dengan keinginan konsumen, seperti banyaknya keluhan dari konsumen yang tidak di tindak lanjuti oleh perusahaan, seperti banyaknya konsumen yang merasa kecewa karena dia sudah membeli tiket *majestic* namun

ternyata kapal yang beroperasi kapal lama dari *majestic* yaitu *wavemaster* yang berbeda dari segi fasilitas dan kualitas pelayanan yang diberikan, ketepatan waktu keberangkatan kapal hingga promosi yang tidak moderen sesuai berkembangnya zaman.

Dilihat dari uraian permasalahan di atas, penulis tertarik mengambil judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT. PELAYARAN MEGAH JAYA SEJAHTERA”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, identifikasi masalah dari penelitian ini adalah:

1. Kurangnya kualitas pelayanan yang disebabkan oleh sering terjadinya sistem yang bermasalah sehingga keberangkatan kapal tidak tepat waktu, menyebabkan kurangnya kepuasan konsumen.
2. Promosi yang kurang disebabkan oleh perusahaan yang tidak mengikuti perkembangan zaman yang semakin moderen, menyebabkan kurangnya kepuasan konsumen.
3. Kepuasan konsumen yang semakin berkurang disebabkan oleh kurangnya kualitas pelayanan dan kurangnya promosi.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan latarbelakang diatas, maka batasan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan tiga variabel kualitas pelayanan, promosi dan kepuasan konsumen.
2. Penelitian ini menggunakan konsumen Majestic di sekupang.
3. Data yang diambil dalam penelitian pada bulan januari – juni 2019.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Pelayaran Megah Jaya Sejahtera?
2. Apakah promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Pelayaran Megah Jaya Sejahtera?
3. Apakah kualitas pelayanan dan promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Pelayaran Megah Jaya Sejahtera?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan yang ingin penulis capai dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Pelayaran Megah Jaya Sejahtera.
2. Untuk mengetahui promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Pelayaran Megah Jaya Sejahtera.

3. Untuk mengetahui kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Pelayaran Megah Jaya Sejahtera.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis pada penelitian ini sebagai berikut :

1. Diharapkan bermanfaat untuk menambah wawasan dan pengetahuan yang dapat dijadikan acuan dalam pengembangan ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan Ilmu Manajemen
2. Diharapkan dapat bermanfaat untuk wawasan dan pengetahuan yang dapat digunakan dalam pengembangan Ilmu Pengetahuan mengenai bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap kepuasan konsumen.

1.6.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi pihak-pihak berikut

1. Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan tentang pengaruh harga, kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan pembelian pada Majestic Fast Ferry di Sekupang, serta dapat menjadikan bahan acuan di bidang penelitian yang sejenis.

2. Bagi Perusahaan

Memberikan informasi dan masukan kepada perusahaan sebagai bahan dalam membuat keputusan mengenai strategi yang tepat dalam bersaing. Selain itu

dapat memberikan saran dan masukan sebagai bahan untuk memperbaiki dan meningkatkan kinerja perusahaan di masa selanjutnya.

3. Bagi Universitas Putera Batam

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dipakai untuk menambah perbendaharaan perpustakaan sehingga mempunyai manfaat bagi mahasiswa lain yang membutuhkan, khususnya mengenai peran pengaru kualitas pelayanan dan promosi terhadap kepuasan konsumen.