

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Bisnis industri jasa yang ada di Indonesia telah mengalami kemajuan secara meluas. Bertambahnya akan permintaan suatu jasa pengiriman membuat perusahaan jasa saling bersaing untuk menjadi yang terdepan. Berdasarkan laporan survey *Logistik Performance Index* (LPI) pada tahun 2018 peringkat Indonesia naik ke peringkat 46 yang sebelumnya berada pada peringkat 63 pada tahun 2016. Indonesia naik 0,17 poin atau 5,7% dari 2,98 pada tahun 2016 menjadi 3,15 di tahun 2018. Peningkatan skor tersebut didukung oleh peningkatan dimensi *shipments* (meningkat 0,33 poin atau 11,4%), infrastruktur dan *timelines*. Selain itu, dimensi yang berkontribusi lainnya dalam peningkatan peringkat ini adalah *Tracing & Tracing* dan *Logistic Competence* (Iza, 2018). Hal ini terjadi karena semakin banyak masyarakat yang menggunakan jasa pengiriman barang atau pengiriman dokumen yang dilakukan perorangan maupun perusahaan, terbukti dengan setiap tahunnya perusahaan yang bergerak dibidang jasa semakin bertambah. Jasa ekspedisi merupakan pelayanan yang menawarkan kemudahan dalam proses pengiriman suatu barang dari suatu lokasi ke lokasi tujuan dengan aman dan dapat dipertanggung jawabkan oleh pihak jasa ekspedisi tersebut.

Perusahaan jasa melakukan persaingan dalam menjual layanan sesuai yang dibutuhkan saat ini dengan ciri khas masing-masing perusahaan agar terlihat lebih menarik di mata konsumen dibanding dengan perusahaan pesaing. Perusahaan

jasa berusaha untuk menarik pelanggan sebanyak mungkin agar pelanggan menggunakan jasa mereka serta merasakan kepuasan terhadap jasa yang diterimanya. Untuk dapat memuaskan pelanggan, penyedia jasa harus memperhatikan beberapa hal yang pada akhirnya akan menimbulkan rasa loyalitas dari pelanggan bagi perusahaan penyedia jasa tersebut.

Kualitas pelayanan dapat mempengaruhi pengguna jasa untuk menggunakan jasa tersebut atau tidak. Apabila pelayanan yang diberikan kurang baik, maka pelanggan tidak merasakan kepuasan dan akhirnya tidak akan menggunakan layanan jasa tersebut. Terpenuhinya kebutuhan dan keinginan pelanggan serta sesuai sasaran untuk terciptanya kepuasan pelanggan merupakan dasar dari kualitas pelayanan. Menurut (Atmaja, 2018:50) Kualitas layanan dapat dilihat dari perbandingan impresi konsumen atau layanan aktual yang diterima/didapatkan dengan ekspektasi nyata yang diharapkan/diinginkan mengenai stigma layanan pada perusahaan tersebut. Jika pelayanan yang didapat memenuhi standar pelanggan maka mutu pelayanan tersebut dianggap memuaskan, apabila pelayanan yang didapat diatas standar maka mutu pelayanan dianggap sangat memuaskan. Namun, jika pelayanan yang didapat dibawah standar maka mutu pelayanan dianggap mengecewakan.

Customer Relationship Manajemen merupakan hal yang perlu diperhatikan oleh perusahaan ekspedisi. Jika perusahaan dapat mengelola konsumen untuk mengidentifikasi, memuaskan dan berhasil mempertahankan pelanggannya, maka keuangan perusahaan akan meningkat. Konsumen akan merasa senang ketika perusahaan memberikan perhatian kepada mereka serta memenuhi apa yang

mereka inginkan dan butuhkan. Menurut (Zahro & Prabawani, 2018: 11). Penerapan *Customer Relationship Management* (CRM) merupakan salah satu teknik *marketing* untuk menjaga loyalitas pelanggan dan cara menjaga hubungan baik dengan pelanggan.

Kepercayaan pelanggan (*trust*) adalah pondasi bisnis dan cara untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Kepercayaan merupakan rasa percaya yang diberikan salah satu pihak kepada pihak lain saat menjalin hubungan transaksi, hal ini didasarkan pada keyakinan bahwa orang yang dipercaya melakukan kewajibannya sesuai yang diharapkan. Kepercayaan pelanggan merupakan persepsi positif pelanggan terhadap tujuan, atribut dan manfaat dari jasa yang dibeli sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, sehingga dapat dikatakan tingkat kepercayaan pelanggan yang tinggi akan mempengaruhi loyalitas pelanggan (Dharma, 2017: 350).

Loyalitas pelanggan mempunyai peran utama di setiap perusahaan. Pelanggan setia seringkali membeli produk secara berulang atau layanan yang disediakan oleh perusahaan. Pelanggan setia juga tidak akan ragu untuk mempromosikan produk atau layanan yang digunakan kepada orang lain, sehingga hal ini menjadi keuntungan untuk perusahaan karena akan semakin banyak pelanggan yang mengenal dan memakai produk dan layanan mereka. Menurut (Atmaja, 2018: 52) loyalitas dapat diartikan sebagai sikap setia. Jenis loyalitas ini dihasilkan tanpa paksaan, tetapi berasal dari kesadaran masa lalu seseorang, dan konsep loyalitas pelanggan menekankan pada perilaku pembelian.

PT. Armada Lintas Samudra merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang jasa ekspedisi kargo yang didirikan oleh Bapak Agustinus Nur Wahyudi pada tahun 2013 yang berlokasi di Batu Ampar. PT Armada Lintas Samudra melayani pengiriman barang maupun dokumen dari perorangan maupun pengiriman barang-barang logistik untuk perusahaan-perusahaan manufaktur. PT Armada Lintas Samudra selalu berkomitmen untuk selalu memberikan pelayanan terbaik agar dapat memuaskan pelanggan dan dapat mempertahankan pelanggan lama dan baru. PT Armada Lintas Samudra menggunakan armada vendor untuk melakukan pengiriman barang. Vendor dari PT Armada Lintas Samudra adalah *Trucking Snepac* untuk jenis mobil *trailer*, *lowbed* dan *lorry crane*, sedangkan untuk kapal menggunakan vendor Alexindo dan Perintis.

Keandalan suatu kualitas pelayanan dapat dilihat dari pemahaman pelanggan tentang apa yang telah dijelaskan oleh pihak pemberi jasa, misalnya dari bagian *customer service*. *Customer service* merupakan inti awal dari pelayanan kepada konsumen, dimana *customer service* harus memberikan daya tanggap yang baik agar pelanggan merasa yakin untuk menggunakan jasa yang ditawarkan. Dalam memberikan pelayanan, suatu perusahaan harus menunjukkan *performance* terbaiknya, karena jika pelayanan yang diberikan buruk, pelanggan menjadi tidak loyal dan bahkan enggan untuk menggunakannya lagi.

Tabel 1. 1 Data Keluhan Pelanggan PT Armada Lintas Samudra
Tahun 2016-2019

Bulan	2016	2017	2018	2019
Januari	1	0	1	2
Februari	0	2	2	1
Maret	0	1	2	3
April	0	0	1	4
Mei	2	0	3	1
Juni	1	0	0	1
Juli	0	0	2	3
Agustus	3	1	0	3
September	2	3	2	4
Oktober	0	0	3	1
November	2	1	2	3
Desember	3	2	1	2
Total	14	10	19	28

Sumber : diolah penulis dari PT. Armada Lintas Samudra 2020

Berdasarkan data keluhan diatas, terjadi fluktuasi keluhan dari tahun 2016 sebanyak 14 keluhan masuk, lalu ditahun 2017 mengalami penurunan jumlah keluhan dari 14 menjadi 10 keluhan. Namun pada tahun 2018 keluhan bertambah lagi menjadi 19, dan pada tahun 2019 terjadi kenaikan jumlah keluhan yang tinggi yaitu dari 19 menjadi 28 keluhan. Berdasarkan keluhan yang diterima oleh PT Armada Lintas Samudra melalui email yang dikirimkan oleh pelanggannya, pelayanan yang diberikan perusahaan terhadap pelanggannya masih kurang maksimal, *customer service* dinilai kurang informatif ketika memberikan penjelasan mengenai proses pengiriman, kurangnya ketepatan waktu dalam melayani pelanggan, pelanggan yang mengeluhkan mengenai prosedur pengiriman yang lama sehingga barang mereka tidak dapat langsung dikirim serta pemberian solusi kepada pelanggan yang kurang memuaskan.

Menurut (Supar, 2017, p. 112) *Customer Relationship Management* (CRM) merupakan kemampuan untuk mengerti pelanggan dengan baik sehingga dapat mengembangkan hubungan antara perusahaan dengan pelanggan lebih dalam lagi. PT Armada Lintas Samudra berusaha semaksimal mungkin agar dapat lebih dekat lagi dengan pelanggan dengan menyediakan pelayanan *door to door*, yaitu mereka dapat melakukan penjemputan barang atau dokumen yang ingin pelanggan kirimkan pada tempat yang pelanggan tentukan.

Pengelolaan informasi yang dilakukan perusahaan untuk pelanggan masih ada yang kurang, CRM berkaitan dengan pengelolaan informasi mengenai pelanggan dengan menggunakan teknologi. *Website* PT Armada Lintas Samudra belum tersedia *tracking status* bagi pelanggannya sehingga pelanggan tidak dapat mengecek status barang yang dikirimkan sudah sampai mana secara *online*, padahal dengan adanya *tracking status* akan memudahkan pelanggan untuk melihat barang kirimannya sudah sampai mana dan kapan akan tiba.

Kepercayaan sangat penting ditanamkan perusahaan kepada pelanggannya, apalagi bagi perusahaan jasa karena menjanjikan pelanggan atas jasa yang tidak dapat dilihat dan pelanggan harus membayar jasa tersebut terlebih dahulu (Harumni, 2016: 119). Kepercayaan pelanggan dapat muncul ketika perusahaan dapat menepati janji yang diberikannya kepada pelanggan. Hal itu dapat dilihat dari ketepatan sampainya barang kiriman sesuai yang dijanjikan oleh pihak perusahaan, namun pada PT Armada Lintas Samudra masih terdapat barang yang terlambat sampai sehingga tidak sesuai dengan apa yang mereka janjikan kepada

pelanggan. Berikut merupakan data keterlambatan pengiriman barang dalam *container* yang dikirimkan melalui jalur darat maupun jalur laut.

Tabel 1.2. Data Keterlambatan Pengiriman

Tahun	Total (<i>container</i>)	
	Jalur Laut	Jalur Darat
2017	2	0
2018	5	2
2019	7	4

Sumber : diolah penulis dari PT. Armada Lintas Samudra 2020

Berdasarkan Tabel 1.2 dapat diketahui bahwa keterlambatan pengiriman selama 3 tahun mengalami peningkatan. Pada tahun 2017 terdapat 2 *container* yang mengalami keterlambatan pengiriman melalui jalur laut, dan tidak ada keterlambatan pada jalur darat, tahun 2018 jumlah keterlambatan jalur laut bertambah menjadi 5 *container* dan 2 *container* untuk jalur darat. Sedangkan pada tahun 2019 keterlambatan pengiriman barang melalui jalur laut bertambah 2 *container* sehingga menjadi 7 *container* dan jalur darat menjadi 4 *container*.

Selama empat tahun terakhir ini, terjadi fluktuasi pelanggan yang menggunakan jasa PT Armada Lintas Samudra. . Hal itu terlihat pada jumlah pelanggan yang menggunakan jasa pengiriman yang disediakan oleh PT Armada Lintas Samudra pada taun 2016 sampai tahun 2019.

Tabel 1. 3 Data Jumlah Pelanggan Tahun 2016-2019

Bulan	2016	2017	2018	2019
Januari	10	13	11	15
Februari	8	9	13	11
Maret	6	10	9	9
April	9	5	7	7
Mei	8	7	11	10
Juni	13	11	10	11
Juli	8	13	9	8
Agustus	7	12	11	9
September	10	9	8	5
Oktober	9	10	14	8
November	14	8	15	14
Desember	16	14	17	11
Total	128	121	135	118

Sumber : di olah penulis dari PT. Armada Lintas Samudra 2020.

Data di atas menunjukkan jumlah pelanggan yang memakai ulang layanan PT Armada Lintas Samudra dari tahun 2016 sampai tahun 2019 mengalami fluktuasi, sedangkan ditahun 2016 berjumlah 128 orang dan terjadi penurunan ditahun 2017 menjadi 121. Meskipun pada tahun 2018 mengalami kenaikan pelanggan dibanding tahun 2017 sebanyak 14 orang yang semula 121 orang menjadi 135 orang namun pada tahun 2019 jumlah pelanggan PT Armada Lintas Samudra mengalami penurunan lagi sebanyak 17 orang sehingga menjadi 118 orang. Kondisi ini dikhawatirkan PT Armada Lintas Samudra jika jumlah pelanggannya akan terus mengalami penurunan.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, CRM dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT Armada Lintas Samudra”**.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan, maka identifikasi masalah pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Meningkatnya *complain* pelanggan terkait kualitas pelayanan yang dinilai kurang informatif dalam memberikan penjelasan mengenai proses pengiriman
2. Kurangnya ketepatan waktu dalam melayani pelanggan.
3. Prosedur pengiriman yang lama sehingga barang tidak dapat cepat dikirim.
4. Solusi yang diberikan pihak perusahaan kurang memuaskan.
5. Adanya rasa ketidaknyaman pelanggan pada saat pengiriman barang karena pelanggan tidak dapat melihat *tracking status* barang kiriman sudah sampai dimana.
6. Keterlambatan barang sampai sehingga tidak sesuai dengan janji yang diberikan oleh pihak perusahaan .
7. Terdapat fluktuasi dari data jumlah pelanggan yang menggunakan jasa dari PT Armada Lintas Samudra.

1.3. Batasan Masalah

Peneliti melakukan pembatasan masalah untuk memperdalam penelitian menjadi beberapa poin sebagai berikut:

1. Penelitian ini memfokuskan pada Pengaruh Kualitas Pelayanan, *Customer Relationship Management* (CRM) dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan PT Armada Lintas Samudra di Kota Batam.

2. Data yang digunakan adalah pelanggan yang telah melakukan pembelian jasa di PT Armada Lintas Samudra lebih dari satu kali.
3. Objek penelitian ini adalah PT Armada Lintas Samudra di Kota Batam.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis merumuskan masalah yang dihadapi PT Armada Lintas Samudra, dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan PT Armada Lintas Samudra?
2. Apakah *Customer Relationship Management* (CRM) secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan PT Armada Lintas Samudra ?
3. Apakah kepercayaan pelanggan secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan PT Armada Lintas Samudra ?
4. Apakah kualitas pelayanan, *Customer Relationship Management* (CRM) dan kepercayaan pelanggan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan PT Armada Lintas Samudra ?

1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan PT Armada Lintas Samudra.

2. Untuk mengetahui pengaruh *Customer Relationship Management* (CRM) terhadap loyalitas pelanggan PT Armada Lintas Samudra.
3. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan PT Armada Lintas Samudra.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, *Customer Relationship Management* (CRM) dan kepercayaan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan PT Armada Lintas Samudra.

1.6. Manfaat Penelitian

Berdasarkan penjelasan yang diatas, maka penulis menjabarkan manfaat penelitian sebagai berikut :

1.6.1. Manfaat Teoritis

Penulis mengharapkan beberapa manfaat dari penelitian yang dilakukan yaitu sebagai media pembelajaran yang mampu mendukung dan memperluas ilmu pengetahuan khususnya yang memiliki kaitan terhadap masalah yang diangkat oleh penulis.

1.6.2. Manfaat Praktis

Adapun manfaat praktis yang diperoleh dari berbagai pihak antara lain:

1. Bagi Perusahaan

Penelitian yang dihasilkan diharapkan bisa menjadi referensi bagi perusahaan dalam meningkatkan kualitas layanan, CRM dan kepercayaan pelanggan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan serta kritik dan saran yang disampaikan

dapat menjadi bahan evaluasi dalam melengkapi atau memperbaiki kelemahan pada PT Armada Lintas Samudra.

2. Bagi Penulis

Diharapkan penelitian ini dapat menambah masukan dan pengalaman penulis dalam mengaplikasikan atau mempraktekkan ilmu yang diperoleh.

3. Bagi Universitas Putera Batam

Penelitian yang dihasilkan diharapkan dapat meningkatkan wawasan seluruh mahasiswa dan mahasiswi Universitas Putera Batam serta dapat dijadikan sebagai referensi karya ilmiah dan menjadi sumber informasi dimasa mendatang.