

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Sebagai perusahaan jasa, strategi pemasaran penting dalam peningkatan profitabilitas perusahaan, sehingga perusahaan mampu untuk terus *survive* dalam jangka waktu yang tidak singkat pada situasi yang penuh kompetisi (Heruswasto,2018). Adapun penjelasan dari (Susi, 2019) Adapun salah satu cara supaya perusahaan lebih unggul dalam kompetisi yakni dengan melayani kebutuhan pelanggan supaya dapat terpenuhi.

Menurut (Kasmir,2016), kepuasan pelanggan adalah kepuasan yang dirasa sesudah membandingkan apa yang pelanggan dapatkan dengan yang mereka harapkan. Untuk mencapai kepuasan pelanggan, perusahaan dapat memberikan pelayanan prima sesuai harapan pelanggan. Hal ini juga dikemukakan oleh Ludvivyatus (2018), upaya peningkatan kualitas pelayanan ialah suatu strategi pemasaran yang mengutamakan harapan customer agar terpenuhi. Untuk menciptakan layanan yang memiliki kualitas prima, perusahaan harus memberikan layanan yang dapat diterima pelanggan dalam memenuhi atau melebihi harapan mereka yang semakin tinggi kualitas layanan yang dirasakan, semakin bahagia pelanggan.

Sejalan dengan pentingnya perhatian perusahaan pada kepuasan pelanggan, dalam hal ini perusahaan perlu membangun suatu hubungan (*relation*) dengan pelanggan dan pemegang kepentingan lainnya yang melibatkan penciptaan, pemeliharaan dan peningkatan hubungan demi terciptanya suatu nilai melalui usaha kerjasama. Hal ini bertujuan untuk memberikan nilai jangka panjang (long term) kepada konsumen dengan tujuan kepuasan pelanggan dalam jangka panjang (Kotler dan Armstrong ,2018)

PT. Jameson Freight Semesta merupakan Perusahaan Pelayaran NVOCC (*Non Vessel Operating Common Carrier*) yakni sebuah perusahaan pelayaran yang tidak memiliki kapal sendiri, sehingga melakukan “*Joint Slot*” Palka Kapal dengan Pelayaran lain yang mengoperasikan kapal miliknya sendiri.

Sebagaimana yang kita ketahui bahwa dua tahun sudah Indonesia dilanda pandemi Covid 19 sejak tahun 2020 yang mempengaruhi berbagai aspek dalam masyarakat diantaranya adanya peraturan yang dikeluarkan oleh pemerintah untuk membatasi interaksi atau pertemuan masyarakat atau lebih dikenal sebagai PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat). Hal ini terjadi pula pada sisi pelayanan jasa pelayaran secara langsung antara pelanggan dengan karyawan PT. Jameson Freight Semesta seperti pembatasan jumlah pegawai dan pelanggan yang berada di dalam kantor untuk pengambilan dokumen penting seperti DO, B/L dan beberapa dokumen penting lainnya yang tidak bisa dilakukan secara *online*, Pelayanan Izin *Stack* secara *online*, serta mewajibkan pegawai dan pelanggan menerapkan protokol kesehatan dalam upaya pencegahan penularan covid dengan menerapkan 3M (Menggunakan masker, memakai *hand sanitizer* atau mencuci tangan setelah menyerahkan atau menerima dokumen serta Menjaga jarak), dan dilakukan pengecekan suhu tubuh sebelum memasuki area kantor. Pandemi Covid 19 memaksa perubahan dalam metode kerja yang sebelumnya sepenuhnya dilakukan di kantor (*work from office/WFO*) menjadi kerja dari rumah (*work from home/WFH*).

Namun kabar bahagia tengah dirasakan masyarakat Surabaya pada tanggal 4 April 2022 Surabaya berada pada PPKM Level 1 sehingga untuk metode kerja yang sebelumnya sempat diterapkan sistem WFH (*work from home*) saat ini pegawai sudah bekerja 100% WFO (*work from office*) namun masih menerapkan protokol kesehatan di lingkungan kantor. Meskipun dalam kondisi pandemi dan pasca pandemi PT. Jameson Freight Semesta senantiasa berusaha memberikan kualitas pelayanan yang baik seperti melayani dokumen D/O dan B/L yang dibutuhkan pelanggan baik melalui *online* (*email*) atau *offline* (*hardcopy*) kepada pelanggan secara cepat dan tepat, memberikan informasi yang jelas kepada pelanggan dan karyawan, serta karyawan PT. Jameson Freight Semesta yang menerapkan sikap sopan santun ketika melayani pelanggan.

Sebagai perusahaan pelayaran yang bergerak dalam pengiriman dan penerimaan petikemas ekspor-impor luar negeri, PT. Jameson Freight Semesta saat

ini mengageni empat *Principal* yaitu Penex Container Line, Blue Water Lines, Vanguard Container Line dan Pacific Container Line.

1. Penex Container Line: Menguasai wilayah Singapura dan Thailand
2. Blue Water Lines : Menguasai wilayah *Far East, South East Asia*, dan *Indian Sub Continent*
3. Vanguard Container Line menguasai wilayah Singapura dan Yangon
4. Pacific Container Line: Menguasai wilayah Singapura

Petikemas sangat dibutuhkan dalam kegiatan ekspor-impor dengan terpeliharanya keamanan komoditi terhadap pencurian dan kerusakan, mudah dalam proses bongkar muat barang oleh pengirim dan penerima barang yang dilakukan secara berkelanjutan. Dalam penggunaan petikemas kadangkala ditemukan adanya kerusakan peti kemas di pelabuhan tujuan yang menyebabkan timbulnya biaya perbaikan dibebankan kepada penerima barang atau *consignee*. Oleh karena itu penerima barang mengajukan komplain biaya kerusakan peti kemas tersebut kepada pengirim barang, selanjutnya pengirim barang mengajukan keberatan biaya kerusakan container kepada PT. Jameson Freight Semesta.

Sebagai Perusahaan Pelayaran, PT. Jameson Freight Semesta senantiasa berusaha memelihara kepercayaan serta komitmen pelanggan dengan melakukan komunikasi yang baik dengan dua arah yakni pelanggan dan pihak principal dalam upaya menangani keluhan yang dialami pelanggan.

**Tabel 1.1 : Laporan Kerusakan Kontainer di POD dan Penjualan PT. Jameson Freight Semesta 2019 – 2021**

TAHUN	TOTAL KERUSAKAN KONTAINER DI POD	TOTAL PENJUALAN
2019	23	563
2020	28	883
2021	30	1057

Sumber : Data divisi marketing dan equipment controlling PT. Jfs Sub

Dari tabel laporan kerusakan kontainer di POD dan penjualan PT. Jameson Freight Semesta 2019-2021 dapat diketahui bahwa selama periode tahun 2019 hingga tahun 2021 (3 tahun) tersebut total kasus kerusakan kontainer yang terjadi di POD mengalami kenaikan, meskipun demikian volume penjualan *export*

*shipment* mengalami peningkatan selama 3 tahun berturut-turut. Hal ini diduga ada hubungannya dengan Kualitas Pelayanan, Pemasaran Relasional, dan kepuasan pelanggan saat itu. Fenomena di atas menarik untuk dikaji dalam penelitian ini.

Secara empirik ditemukan adanya gap riset penelitian yakni hasil penelitian Abdul (2019) menunjukkan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di PT. India Steger Jaya. Menurut Feby dan Sonang (2016), temuan mereka yaitu variabel kualitas produk, kualitas layanan dan harga berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sementara di sisi lain terdapat penelitian oleh Siti (2019) menunjukkan hasil bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang negatif terhadap kepuasan konsumen namun mampu mempengaruhi positif terhadap loyalitas pelanggan.

Hal yang menarik dalam penelitian ini adalah dimasukkannya variabel moderasi pemasaran relasional ke dalam model yang dibangun. Pemasaran relasional adalah suatu filosofi menjalankan bisnis yang fokus utamanya pada perbaikan pelayanan pelanggan yang telah ada dibandingkan dengan mencari pelanggan baru. Pemasaran relasional merupakan upaya dalam mengenal konsumen lebih baik sehingga perusahaan dapat memenuhi apa yang pelanggan mau atau yang diharapkan dalam jangka waktu yang panjang menurut Zeithaml dalam Siti Masrifah (2015). Berdasarkan pengertian tersebut pemasaran relasional memegang peran dalam perbaikan pelayanan untuk memenuhi apa yang pelanggan inginkan. Apabila suatu hasil yang diterima oleh para konsumen sebagai hasil kinerja perusahaan memenuhi harapan atau keinginan konsumen maka rasa kepuasan pelanggan akan tercipta. (Thamrin dan Francis, 2018).

Dengan latar belakang permasalahan di atas, terdapat suatu hal yang perlu diperhatikan agar dapat memahami situasi perusahaan yang sebenarnya mengenai keadaan perusahaan yang sebenarnya terkait dengan kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan terhadap kepuasan pelanggan yang ditunjang oleh strategi pemasaran relasional yang dilakukan oleh perusahaan. Oleh karena itu penulis sangat tertarik untuk menulis judul : **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Pemasaran Relasional Sebagai Variabel Moderasi Pada PT. Jameson Freight Semesta Surabaya”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang tertera diatas, Adapun perumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT. Jameson Freight Semesta Surabaya ?;
2. Apakah pemasaran relasional berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT. Jameson Freight Semesta Surabaya?;
3. Apakah pemasaran relasional memoderasi hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan PT. Jameson Freight Semesta Surabaya?.

## **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui dan menganalisis tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di PT. Jameson Freight Semesta Surabaya;
2. Untuk mengetahui dan menganalisis tentang pengaruh pemasaran relasional terhadap kepuasan pelanggan di PT. Jameson Freight Semesta Surabaya;
3. Untuk mengetahui dan menganalisis tentang peran moderasi pemasaran relasional pada hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan PT. Jameson Freight Semesta Surabaya.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan bisa berguna serta bermanfaat bagi pihak yang mempunyai kepentingan dengan masalah yang terkait pada penelitian ini, yakni sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan : Penulis berharap hasil survei dapat menjadi acuan bagi perusahaan agar kepuasan pelanggan meningkat dengan melihat pada sisi kualitas pelayanan dan pemasaran relasional.
2. Kepada STIAMAK Barunawati: Diharapkan hasil penelitian dapat menambah ilmu dan pengetahuan mahasiswa serta memberikan referensi untuk penelitian

pihak yang berkepentingan di bidang pengabdian yang sama.

3. Bagi peneliti : Penelitian bertujuan untuk memberikan tambahan pengetahuan, wawasan, dan informasi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dari melihat sisi kualitas pelayanan dan pemasaran relasional dan ditujukan bagi peneliti selanjutnya.

### **1.5 Batasan Masalah**

Batasan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pada penelitian ini hanya menggunakan faktor kualitas pelayanan yang mempengaruhi kepuasan Pelanggan dengan dimoderasi Pemasaran Relasional pada PT. Jameson Freight Semesta Surabaya;
2. Penelitian ini menggunakan sampel atau responden hanya kepada pelanggan PT. Jameson Freight Semesta Surabaya.

### **1.6 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan berguna agar mempermudah pengertian dan pemahaman penulisan, maka pihak penulis menyusun dalam sistematika penulisan:

#### **1. BAB I PENDAHULUAN**

Bab yang menjabarkan pendahuluan yang menjelaskan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan serta manfaat dari penelitian, batasan masalah dan struktur penulisan.

#### **2. BAB II LANDASAN TEORI**

Bab yang menjabarkan tentang teori-teori yang berhubungan dengan penelitian, penelitian terdahulu, ide-ide, serta hipotesis penelitian yang digunakan.

#### **3. BAB III METODE PENELITIAN**

Bab yang menjabarkan mengenai suatu metode yang dipergunakan dalam penelitian yaitu metode kuantitatif, jumlah sampel serta populasi penelitian, metode pengambilan sampel dan teknik analisis data yang digunakan oleh penulis.

#### **4. BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab yang menjabarkan mengenai proses atau langkah-langkah yang dilakukan oleh penulis dalam melakukan penelitiannya dan memaparkan hasil analisis pengolahan data oleh penulis.

#### **5. BAB V PENUTUP**

Bab yang menjabarkan mengenai kesimpulan dan saran atas hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis.