

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia sebagai negara yang berkembang saat ini banyak perusahaan-perusahaan baru khususnya perusahaan di bidang jasa. Pergerakan di bidang jasa ini memerlukan alat serta infrastruktur yang bagus guna bisa membantu serta mendukung kemajuannya, terkhusus pada alat serta infrastruktur pelayanan transportasi dan jasa jembatan timbang. Ini dikarenakan jasa transportasi itu tidak cuma berkuat pada satu wilayah khusus saja akan tetapi menjangkau, melibatkan serta berhubungan dengan wilayah yang lain yang diharuskan agar tidak *over dimension over loading* (ODOL) kendaraan.

Banyak perusahaan yang mengabdikan diri pada sektor jasa, salah satunya jasa jembatan timbang. Jembatan timbang saat ini memiliki peran yang penting dalam pengawasan angkutan barang untuk meminimalisir terjadinya pelanggaran dikarenakan kelebihan muatan (*overloading*) pada kendaraan angkutan barang sehingga menyebabkan kerusakan pada jalan atau aspal.

Penyedia pelayanan yang sangat baik bisa berpengaruh pada tahap kepuasan pelanggan. Pelanggan yang merasa mereka mendapatkan layanan yang baik akan terus-menerus menggunakan jasa tersebut dan pada akhirnya akan berada dalam posisi untuk membangun loyalitas pelanggan dengan perusahaan. *Customer* yang puas kemungkinan besar akan menginformasikan kepada orang lain tentang hal itu. Kondisi ini sangat disarankan bagi perusahaan dalam meningkatkan pelanggan. Dengan demikian, tercipta kepuasan *customer* akan meningkatkan loyalitas pelanggan kepada perusahaan. Untuk memenuhi berbagai macam keinginan pelanggan, perusahaan jasa dituntut mampu memberikan pelayanan yang prima.

Menurut penelitian dari (Laila dkk, 2012), (Jeniriana Nitjano, 2020) hasil penelitiannya adalah pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan customer. Menurut riset Wyock pada Lovelock dikutip oleh Tjiptono (2014:268) "*service quality* adalah meningkatkan keunggulan kualitas

yang diinginkan guna memenuhi kebutuhan pelanggan”. Kualitas menjadi suatu motivasi kepada konsumen dengan tujuan dapat menjalin ikatan hubungan dengan perusahaan supaya lebih kuat. Dalam waktu panjang hubungan semacam ini memungkinkan perusahaan untuk mengidentifikasi impian pelanggan serta keinginannya. Dengan begitu, perusahaan bisa memaksimalkan tingkat kepuasan customer dengan mengoptimalkan pengalaman pelanggan yang bagus serta meminimalkan pengalaman pelanggan yang buruk. Dengan layanan tepat, perusahaan akan mampu berkembang dengan baik sehingga *customer* yang menggunakan jasa tersebut akan kembali lagi untuk menggunakan jasa perusahaan (Ihsan, 2018).

Berangkat dari konsep ini, berhasilnya suatu bisnis sangat ditentukan oleh layanan serta penawaran yang baik kepada *customer*. Kualitas pelayanan yang baik harus dimulai dari memenuhi dan melayani keinginan konsumen akan jasa pelayanan yang diberikan dan berujung pada pemahaman konsumen tentang keunggulan pelayanan yang diberikan dengan kepuasan pelayanan sehingga perusahaan dapat bersaing dengan kompetitor lain.

Penelitian dilakukan di PT Pelindo Energi Logistik yang merupakan anak perusahaan dari PT Pelindo Marine Service (PMS) dan juga bagian dari PT. Pelindo III Grup. PT Pelindo Energi Logistik bergerak dalam bidang layanan logistik, pengelolaan energi dan jasa jembatan timbang. Keunggulan PT. Pelindo Energi Logistik adalah organisasi milik pemerintah dan kinerjanya secara keseluruhan dipantau oleh pemerintah, selain itu PT. Pelindo Energi Logistik merupakan satu-satunya perusahaan dari Pelindo Group bergerak di bidang layanan logistik, pengelolaan energi dan jasa jembatan timbang di lingkup PT. Pelindo III Grup.

Target utama PT Pelindo Energi logistik (PT. PEL) dalam memberikan pelayanan jasanya adalah untuk memenuhi dan memuaskan pelanggan. Memberikan kualitas layanan yang maksimal terhadap *customer* dan royal kepada customer dapat meningkatkan kepuasan customer serta *customer* akan setia menggunakan jasa tersebut, menjadikan pelanggan puas dengan jasa yang diberikan dapat menjadi sumber pendapatan bagi perusahaan. Semakin banyak jumlah customer yang mempergunakan jasa pelayanan PT Pelindo Energi logistik (PT.

PEL) akan semakin menguntungkan dan semakin besar peluang untuk meningkatkan pendapatan perusahaan.

Keberhasilan seorang pengusaha atau organisasi tidak lepas dari kinerja manajemennya. Kinerja keseluruhan ini adalah hasil dari kumpulan metode dan pengorbanan sejumlah sumber daya. Salah satu parameter keberhasilan kinerja adalah peningkatan jumlah pelanggan yang juga berkaitan dengan peningkatan pendapatan. Berikut ini adalah data pelanggan PT. Pelindo Energi Logistik pada tahun 2020 – 2021.

Tabel 1.1
Data Pelanggan PT. Pelindo Energi Logistik
Tahun 2020 - 2021

No	Pelanggan Tahun 2020	Pelanggan Tahun 2021
1	PT. BARA TRANSPORTASI	PT. BARA TRANSPORTASI
2	CV. LINTAS ABADI	CV. LINTAS ABADI
3	PT. DUA KARYA KENCANA	PT. DUA KARYA KENCANA
4	PT. RAJAWALI BARA MAKMUR	PT. RAJAWALI BARA MAKMUR
5	CV. SUMBER MAKMUR	CV. SUMBER MAKMUR
6	CV. AZZAM BP	CV. AZZAM BP
7	PT. WISESA INTEGRITAS SINERGI EXCELINDO	PT. WISESA INTEGRITAS SINERGI EXCELINDO
8	PT. LAHAN MAS ARGO	PT. LAHAN MAS ARGO
9	CV. SUMBER KENCANA	CV. SUMBER KENCANA
10	PT. HASIL ABADI PERDANA	PT. HASIL ABADI PERDANA
11	CV ARYA PRAMANA	CV ARYA PRAMANA
12	CV. JAYA MAKMUR BERSAMA	CV. JAYA MAKMUR BERSAMA
13	CV. GALANG MITRA PERSADA	CV. GALANG MITRA PERSADA
14	PT. MITRA SEJATI TRANSINDO	PT. MITRA SEJATI TRANSINDO
15	PT. CAHAYA MITRA MARITIM	PT. CAHAYA MITRA MARITIM
16	PT. HARINDA SURYA SEMPURNA	PT. HARINDA SURYA SEMPURNA
17	PT. BANGA SARANA SURYA	PT. BANGA SARANA SURYA
18	CV. ERA SUKSES ABADI	CV. ERA SUKSES ABADI
19	PT. DAMAI SENTOSA COOKING OIL	PT. DAMAI SENTOSA COOKING OIL

No	Pelanggan Tahun 2020	Pelanggan Tahun 2021
20	PT. SURABAYA PELLETING COMPANY	PT. SURABAYA PELLETING COMPANY
21	PT. ANUGRAH JAYA ABADI	PT. ANUGRAH JAYA ABADI
22	PT. BIO INTI AGRINDO	PT. BIO INTI AGRINDO
23	PT. PETRO UTAMA ENERGI	PT. BUANA SAMUDERA WASESA
24	PT. VARIA USAHA BAHARI	PT. PULAU NUSANTARA INDONESIA
25	PT. SINAR PANGAN ABADI	PT. SINAR PANGAN ABADI
26	PT. WSMB / ULTRA	PT. MEGA ELTRA
27	PT. SEGER AGRO NUSANTARA	PT. SEGER AGRO NUSANTARA
28	CV. BSA TRANS	CV. BSA TRANS
29	PT. CITRA GEMILANG	PT. GLOBAL INTERINTI INDUSTRY
30	PT. SUMBER CAHAYA ABADI SENTOSA	PT. SUMBER CAHAYA ABADI SENTOSA
31	PT. SINAR ANEKA NIAGA	
32	CV. SINAR TERANG	
33	PT. PULAU NUSANTARA INDONESIA	
34	PT. GLOBAL INTERINTI INDUSTRY	
35	PT. BUANA SAMUDERA WASESA	
36	PT. PELAYARAN TIMUR ASRILAUT	
37	PT. MEGA ELTRA	
38	PT. PELITA SAKTI PERKASA	
39	PT. ANUGRAH DUNIA BAHARI	
40	CV. PODO JOYO	
41	PT. MEGA RAMIN INDONESIA	

Sumber: Data PT. Pelindo Energi Logistik yang sudah diolah, 2022

Pada tabel 1.1 diatas menerangkan bahwa pada tahun 2021 terdapat penurunan pelanggan di PT Pelindo Energi Logistik dimana dengan adanya penurunan pelanggan juga akan mempengaruhi pendapatan pada perusahaan. Beberapa alasan mengenai penurunan pelanggan PT Pelindo Energi Logistik adalah pelayanan yang masih kurang efektif dan efisien dilihat dari segi pelayanannya yang kurang maksimal dikarenakan ada 2 unit alat jembatan timbang namun hanya

1 unit yang dapat beroperasi hal ini disebabkan adanya kerusakan pada alat jembatan timbang, Sehingga sering terjadi penumpukan antrian. selain itu penyedia jasa PT Pelindo Energi Logistik harus dapat memaksimalkan kinerja dalam memberi pelayanan jasa jembatan timbang dengan baik sehingga tidak menimbulkan penumpukan antrian dan menciptakan kepuasan pelanggan. Alasan inilah yang menjadi penyebab turunnya kuantitas pelanggan PT Pelindo Energi Logistik.

Perusahaan perlu metode strategi yang tepat untuk mengoptimalkan pelayanan, salah satu strategi yang tepat untuk memperoleh kepuasan dari pelanggan yaitu dengan memberikan citra yang baik serta selalu berupaya memberikan pelayan semaksimal mungkin untuk pelanggan. *Company image* adalah gambaran konsumen tentang keseluruhan latar belakang perusahaan penyedia jasa sesuai dengan pengetahuan dan perjalanan masing-masing konsumen, baik mengenai layanannya, nama baik perusahaan dan kredibilitas yang dilakukan oleh perusahaan sesuai dengan pelanggan tersebut (Cornelia Reza, 2020).

Kompetitor dapat dengan mudah meniru produk atau jasa, maka dari itu citra menjadi istimewa bagi perusahaan, namun kesan terakhir yang di ingat pelanggan selalu tentang citra perusahaan yang baik. Konsumen dapat memilih dan membedakan perusahaan mana yang bagus serta mana yang kurang bagus berkat adanya citra perusahaan. Citra perusahaan juga dapat digunakan untuk menunjukkan tingkat kualitas tertentu dari suatu layanan jasa yang diberikan terhadap pelanggan (Kotler & Keller, 2012; Kusuma, 2019).

Berdasarkan pada uraian diatas yang sudah diterangkan tersebut, sehingga penulis akan melakukan penelitian serta menganalisis permasalahan yang terjadi pada PT Pelindo Energi logistik (PT. PEL) tersebut dengan mengangkat tema penelitian dengan judul “CITRA PERUSAHAAN MEMEDIASI KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN PADA PT PELINDO ENERGI LOGISTIK”.

1.2 Rumusan Masalah

Bersumber dari latar belakang masalah yang sudah dijelaskan di atas, maka bisa diketahui bahwa problematiknya ialah:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap citra perusahaan pada PT. Pelindo Energi Logistik?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Pelindo Energi Logistik?
3. Apakah citra perusahaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Pelindo Energi Logistik?
4. Apakah citra perusahaan memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Pelindo Energi Logistik?

1.3 Batasan masalah

Bersumber dari deskripsi yang tertulis di latar belakang, peneliti membatasi batasan masalah pada kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan yang dimediasi citra perusahaan PT. Pelindo Energi Logistik Regional Jawa Timur.

1.4 Tujuan Penelitian

Bersumber dari latar belakang dan rumusan masalah yang sudah dijelaskan, sehingga dalam tujuan penelitian ini ialah untuk menguji, menganalisis dan membuktikan:

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap citra perusahaan pada PT. Pelindo Energi Logistik.
2. Untuk mengetahui kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Pelindo Energi Logistik.
3. Untuk mengetahui citra perusahaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Pelindo Energi Logistik.
4. Untuk mengetahui peran citra perusahaan memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Pelindo Energi Logistik.

1.5 Manfaat Penelitian

Beberapa manfaat dalam penulisan penelitian ini yaitu :

1. Manfaat Bagi STIAMAK Barunawati Surabaya

Hasil dari riset ini diharapkan bisa memberikan andil serta penambahan ilmu pengetahuan khususnya Manajemen Pemasaran serta dapat menjadi tambahan arsip referensi di perpustakaan dan bisa memberikan rujukan untuk mahasiswa lain yang akan melakukan penelitian.

2. Manfaat Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian yang telah dilakukan ini diharapkan dapat digunakan PT Pelindo Energi Logistik sebagai referensi kebijakan perusahaan dalam mengoptimalkan tingkat kepuasan pelanggan melalui peningkatan kualitas pelayanan yang baik.

3. Manfaat Bagi Peneliti Selanjutnya

Dapat menambah persepsi bagi peneliti lain tentang hasil penelitian yang telah terjadi dan dapat digunakan untuk riset selanjutnya.

1.6 Sistematika Skripsi

Skripsi ini ditulis dalam lima bab yang disusun secara sistematis, yaitu sebagai berikut :

1. BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, maksud dan tujuan penulisan serta sistematika penulisan.

2. BAB II LANDASAN TEORI

Di dalam bab kedua ini dikemukakan berbagai hal yang mendasari teori yang relevan dengan pokok pembahasan yang menjelaskan tentang variabel-variabel penelitian, hipotesis penelitian, dan model analisis.

3. BAB III METODE PENELITIAN

Di dalam bab ketiga ini dijelaskan tentang desain penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional, jenis dan sumber data, pengukuran variabel, alat dan metode pengumpulan data, populasi, sample, teknik pengambilan sample, teknik pengambilan data, dan teknis analisis.

4. BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Di dalam bab empat ini di uraikan mengenai pandangan umum perusahaan, data secara spesifik dan cara analisisnya serta hasil pembahasan untuk uji hipotesis yang diajukan.

5. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab terakhir ini peneliti memberikan suatu simpulan serta saran mengenai hasil dari penelitian yang dilakukan kepada perusahaan ataupun pihak yang membutuhkan.