

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara kepulauan terbesar di dunia yang terdiri dari 17.504 pulau dimana laut menjadi bagian yang dominan dibandingkan daratan. Sebagai negara kepulauan, Indonesia menyimpan potensi lebih besar karena letaknya yang strategis berada dipersilangan jalur perdagangan internasional. Dalam hal ini untuk menghubungkan berbagai pulau-pulau tersebut serta memaksimalkan peluang yang ada dibutuhkan sarana dan prasarana yang memadai. Sehubungan dengan perlu adanya sarana dan prasarana untuk menjangkau pulau-pulau tersebut serta memanfaatkan peluang yang ada, maka diperlukan alat transportasi dengan moda transportasi laut dikarenakan moda transportasi laut dinilai lebih efisien dan lebih menghemat biaya bila digunakan untuk pengangkutan-pengangkutan dalam jumlah besar. Pelayaran sebagai penyedia transportasi laut memiliki peran penting dalam menyokong kehidupan sosial, ekonomi, pemerintahan, pertahanan, keamanan, budaya dan lainnya, dengan begitu transportasi laut menjadi “Urat Nadi” bagi perekonomian Indonesia. Mengingat sangat vitalnya transportasi bagi perekonomian, maka transportasi laut harus dikembangkan dengan baik dan benar, oleh karena itu untuk membantu mewujudkan perkembangan transportasi laut dalam rangka menunjang ekonomi dibutuhkan pelayanan jasa pelabuhan yang kompeten.

Pelabuhan mempunyai peran penting yaitu sebagai mata rantai yang memfasilitasi perpindahan barang muatan antar moda transportasi serta menyalurkan barang masuk dan keluar dengan cepat dan seefisien mungkin, yang tidak kalah pentingnya yaitu apabila pelabuhan dikelola secara baik dan efisien akan mendorong kemajuan perdagangan bahkan industri di daerah akan maju dengan sendirinya. Hal ini memberi dampak positif pada peningkatan sektor ekonomi dan menjadi peluang bagi badan usaha seperti bongkar muat,

pelayanan, keagenan, dan lain sebagainya. Mengingat begitu pentingnya peran pelabuhan oleh karena itu setiap daerah berbondong-bondong meningkatkan kualitas dan fasilitas pelabuhan agar mampu memberikan pelayanan jasa yang maksimal, dengan pelayanan yang baik akan menjadi sebuah tolak ukur konsumen dalam menentukan layak tidaknya menggunakan jasa pelabuhan tersebut.

Seiring dengan perkembangan masa ke masa, Indonesia sebagai anggota ASEAN (*Association of Southeast Asian Nations*) atau lebih di kenal dengan Perhimpunan Bangsa-Bangsa Asia Tenggara membuat beberapa kesepakatan bagi negara yang bergabung dalam ASEAN untuk meningkatkan sektor perdagangan tiap negara, kesepakatan tersebut dikenal dengan sebutan AFTA (*ASEAN Free Trade Area*), tujuan kesepakatan ini dibentuk adalah untuk menciptakan zona perdagangan bebas oleh negara-negara ASEAN. Perlunya membentuk AFTA adalah sebagai upaya meningkatkan daya saing ekonomi di kawasan regional ASEAN dan juga menarik investasi asing ke ASEAN, dengan adanya AFTA para anggota ASEAN mendapat keuntungan dengan ditetapkannya program pemotongan tarif bea masuk hal ini menjadi peluang bagi Indonesia dalam melakukan kegiatan ekspor komoditas pertanian yang selama ini dihasilkan dan sekaligus menjadi suatu tantangan tersendiri untuk menghasilkan komoditas yang kompetitif di pasar regional.

Dengan adanya AFTA (*ASEAN Free Trade Area*) maka terciptalah sebuah kesepakatan baru yang memiliki cakupan secara global yaitu pasar bebas atau yang sering disebut dengan MEA (Masyarakat Ekonomi ASEAN) tujuan dibentuknya MEA adalah untuk menjadikan kawasan Asia Tenggara sebagai kawasan yang memiliki ekonomi stabil serta makmur dengan ada nya pemerataan ekonomi di tiap-tiap negara anggota ASEAN. Pada era globalisasi menyebabkan adanya perkembangan bisnis dan teknologi yang menuntut MEA sebagai pasar perdagangan bebas (*free trade*) terus berkembang. Dengan MEA, pasar yang terbuka menjadi semakin luas karena banyaknya negara yang turut meramaikan pasar bebas, hal tersebut tidak hanya berimbas

kepada perusahaan manufaktur namun juga kepada perusahaan jasa oleh karena itu MEA menerapkan sistem perdagangan yang didasarkan pada kekuatan permintaan dan penawaran jasa dengan standart perdagangan internasional. Sebagai bentuk kerjasama yang baik para perusahaan yang berkontribusi dalam pasar bebas tersebut berlomba-lomba agar dapat memenuhi permintaan atau pangsa pasar. Namun hal ini menyebabkan banyak perusahaan baru yang membuka bidang pekerjaan yang sama dan mengakibatkan semakin ketatnya persaingan antar bidang yang ada, terutama persaingan dari perusahaan sejenis yang membuat perusahaan semakin terpacu untuk menarik konsumen. Perusahaan perlu mencermati perilaku konsumen dan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan keputusan pemilihan suatu jasa.

Mengingat pentingnya keputusan konsumen dalam melakukan pemilihan jasa mana yang akan digunakan dan semakin banyaknya persaingan maka penyedia jasa pelabuhan khususnya dibidang bongkar muat mulai mewaspadai persaingan tersebut dengan melakukan evaluasi untuk mengembangkan jasanya. Sebagai salah satu kunci dalam mencapai tujuan perusahaan maka perusahaan harus memahami strategi pemasaran apa yang akan digunakan untuk menarik konsumen, hal tersebut dijelaskan pada teori yang disebut Bauran Pemasaran (*marketing mix*). Bauran Pemasaran adalah suatu strategi penjualan atau promosi serta penentuan harga yang bersifat unik serta dirancang untuk menghasilkan pertukaran yang saling menguntungkan untuk pasar yang dituju, bauran pemasaran itu sendiri dikenal dengan istilah 7P yaitu Produk (*Product*) ; Tempat (*Place*) ; Harga (*Price*) ; Orang (*People*) ; Promosi (*Promotions*) ; Proses (*Process*) ; Bukti Fisik (*Physical Evidence*). Dengan menerapkan bauran pemasaran akan membuat perusahaan menjadi lebih unggul dibandingkan kompetitornya selain itu juga membuat perusahaan lebih mengerti apa kebutuhan masyarakat dan bagaimana kondisi pangsa pasar.

Sebagai salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jasa PT. Banga Sarana Surya menyadari bahwa bauran pemasaran merupakan salah satu

strategi untuk menghadapi ketatnya persaingan yang ada. Di lingkungan sekitar perusahaan dan kawasan pelabuhan terdapat banyak sekali usaha yang serupa, seringkali para perusahaan yang bersaing melakukan obral harga untuk mendapatkan loyalitas konsumen, namun tidak jarang hal itu juga akan menjadi keresahan konsumen sebagai pengguna jasa dengan timbulnya permasalahan-permasalahan yang baru seperti ketidaksesuaian fasilitas yang didapatkan dengan harga yang ditawarkan. Oleh karena itu harga merupakan salah satu faktor yang memicu konsumen dalam memutuskan layak tidaknya menggunakan sebuah jasa. Mahmud Machfoed (2010) mendefinisikan harga adalah “Jumlah uang yang dikenakan pada jasa. Harga secara luas ialah jumlah nilai yang ditukar oleh konsumen untuk memperoleh manfaat kepemilikan atau penggunaan suatu produk atau jasa”. Perbedaan harga di bawah atau di atas dari pesaing bisnis yang serupa merupakan strategi perusahaan untuk menguasai pangsa pasar. Tetapi selain harga, ada faktor lain yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam menggunakan sebuah jasa yaitu fasilitas yang di dapatkan. Fasilitas merupakan tolak ukur dari semua pelayanan yang diberikan. Menurut Kotler (2014) fasilitas adalah “segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen” . Dalam kegiatan bongkar muat atau penyedia jasa, adanya keputusan konsumen dalam menggunakan suatu penyedia jasa merupakan hal sangat penting untuk menjadi keberhasilan dalam menyediakan jasa.

Berdasarkan uraian diatas, penulis merasa tertarik melakukan sebuah penelitian terhadap minat konsumen pada PT. Banga Sarana Surya, oleh karena itu penulis mengambil judul penelitian “ Analisa Harga dan Fasilitas Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Bongkar Muat pada PT. Banga Sarana Surya ”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diambil diatas maka rumusan masalah yang akan dibahas pada penelitian ini adalah :

1. Apakah ada pengaruh harga terhadap keputusan menggunakan jasa bongkar muat pada PT. Banga Sarana Surya?;

2. Apakah ada pengaruh fasilitas terhadap keputusan menggunakan jasa bongkar muat pada PT. Banga Sarana Surya?;
3. Apakah ada pengaruh harga dan fasilitas terhadap keputusan menggunakan jasa bongkar muat pada PT. Banga Sarana Surya?.

1.3 Batasan Masalah

Agar masalah yang diteliti tidak meluas, maka peneliti memberikan batasan masalah dalam penelitian ini :

1. Objek penelitian adalah PT. Banga Sarana Surya;
2. Variabel yang di teliti adalah Harga, Fasilitas dan Keputusan Penggunaan Jasa;
3. Responden yang diteliti adalah para pemilik barang yang menggunakan jasa bongkar muat PT. Banga Sarana Surya.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang akan dicapai peneliti dengan melakukan penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisa apakah harga yang ditawarkan PT. Banga Sarana Surya berpengaruh terhadap keputusan menggunakan jasa bongkar muat;
2. Untuk menganalisa apakah fasilitas yang ditawarkan PT. Banga Sarana Surya berpengaruh terhadap keputusan menggunakan jasa bongkar muat;
3. Untuk menganalisa apakah harga dan fasilitas yang ditawarkan PT. Banga Sarana Surya berpengaruh terhadap keputusan menggunakan jasa bongkar muat.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Bagi Peneliti

Dapat memperoleh tambahan wawasan, pengetahuan dan keterampilan yang relevan serta melalui penelitian ini dapat mengembangkan ilmu yang telah ditekuni khususnya dalam pemasaran dan juga untuk bisa menjadi pedoman dalam menjalani masa yang akan datang.

1.5.2 Bagi Perusahaan

Memberikan sumbangan pemikiran tentang hubungan antara bauran pemasaran khususnya pada faktor harga dan fasilitas dengan pangsa pasar

dalam rangka meningkatkan kinerja perusahaan.

1.5.3 Bagi STIAMAK Barunawati Surabaya

Meningkatkan kuantitas dan kualitas penulisan karya tulis tingkat sekolah tinggi, serta sebagai bahan bacaan yang bermanfaat bagi yang memerlukan. Sehingga dapat menambahkan pengetahuan, serta meningkatkan relevansi kurikulum berbagai program pendidikan di STIAMAK Barunawati Surabaya.

1.5.4 Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan dapat digunakan sebagai referensi, pertimbangan serta perbandingan untuk penulisan penelitian dimasa yang akan datang.

1.5.5 Bagi Masyarakat Umum

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan kepada konsumen untuk mempertimbangkan pilihan dalam menggunakan jasa bongkar muat.

1.6 Sistematika Penulisan

Salah satu aspek dalam penyusunan skripsi adalah sistematika penulis. Pada penelitian kuantitatif secara garis besar dibagi atas 3 bagian, yaitu bagian awal, bagian inti dan bagian akhir.

1. Bagian Awal

Bagian awal terdiri dari :

- a. Halaman Judul;
- b. Lembar Pernyataan;
- c. Lembar Pengesahan;
- d. Abstraksi;
- e. Halaman Kata Pengantar;
- f. Halaman Daftar Isi;
- g. Halaman Daftar Tabel;
- h. Halaman Daftar Gambar: Grafik, Diagram, Bagan, Peta, dan sebagainya.

2. **Bagian Inti**

Bagian inti terdiri dari :

a. Bab I Pendahuluan

Merupakan bab yang berisikan latar belakang masalah, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, sistematika penulisan;

b. Bab II Landasan Teori

Merupakan bab yang berisikan tentang teori – teori yang berkaitan dengan pengertian pemasaran, manajemen pemasaran, fungsi pemasaran, konsep pemasaran, konsep pemasaran, strategi pemasaran;

c. Bab III Metode Penelitian

Merupakan bab yang berisikan mengenai jenis penelitian, lokasi penelitian, populasi, sampel, definisi operasional dan variabel penelitian dan metode analisa data;

d. Bab IV Analisis dan Pembahasan

Merupakan bab yang berisikan tentang gambaran umum perusahaan yang meliputi sejarah singkat perusahaan, visi, misi dan struktur perusahaan serta pembagian tugas dan kegiatan perusahaan;

e. Bab V Kesimpulan dan Saran

Merupakan bab yang berisikan tentang kesimpulan dan saran dari penelitian yang telah dilakukan oleh penulis.

3. **Bagian Akhir**

Bagian akhir terdiri dari :

a. Daftar Pustaka

b. Lampiran