

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

PT Pelabuhan Indonesia (Pelindo) adalah perusahaan yang bergerak di bidang jasa kepelabuhanan di Indonesia. Pelabuhan tidak hanya berfungsi sebagai titik penghubung dalam rantai logistik global tetapi juga sebagai pusat efisiensi dan daya saing ekonomi suatu negara. Industri kepelabuhanan menghadapi masalah yang semakin kompleks di tengah globalisasi dan kemajuan teknologi. PT Pelabuhan Indonesia ingin terus meningkatkan kinerja operasional dan layanannya. Untuk menjadi lebih efisien dan bersaing, PT Pelindo menerapkan digitalisasi pembayaran, penyesuaian tarif, dan peningkatan kualitas layanan.

PT Pelabuhan Indonesia sangat bergantung pada loyalitas pelanggan untuk keberhasilan bisnis jangka panjang khususnya di *Gate* Tanjung Emas yang merupakan salah satu sumber pendapatan dari perusahaan. Pelanggan yang setia akan melakukan pembelian berulang atau kembali menggunakan layanan secara teratur. Loyalitas pelanggan adalah pembelian ulang sebuah merek secara konsisten oleh pelanggan, setiap kali seorang konsumen membeli ulang sebuah produk atau jasa, bila ia membeli merek produk yang sama, maka ia dikatakan pelanggan yang setia pada merek tersebut dalam kategori produk atau jasa bersangkutan (Tjiptono & Gregorius, 2020).

Perusahaan di berbagai industri berusaha untuk menyesuaikan diri dengan tren digital yang semakin maju dan terus berkembang. Tren ini bukan hanya mengubah cara bisnis beroperasi tetapi juga cara mereka berinteraksi dengan pelanggan. Digitalisasi merupakan suatu proses mengalih media informasi analog ke media digital, secara garis besar bahwa digitalisasi dapat diartikan sebagai proses konversi bentuk tercetak ke dalam bentuk elektronik melalui proses pemindaian dengan penyimpanan, temu kembali dan transmisi komputer (Tri Yulianti & Tri Prastowo, 2021). Proses digitalisasi mencakup berbagai aspek, mulai dari otomatisasi proses bisnis hingga pengembangan platform digital yang memungkinkan interaksi yang lebih efisien dan efektif dengan pelanggan. *Digital*

Payment digunakan sebagai alat pembayaran baru yang dimaksudkan untuk memudahkan konsumen ketika melakukan transaksi pembelian produk atau jasa (Naufalia, 2022).

Tarif merupakan sejumlah nilai atau uang yang dibebankan atas suatu jasa untuk jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat tariff yang telah menjadi faktor penting yang mempengaruhi pilihan pembelian (Kotler & Keller, 2018). Tarif menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pengguna jasa untuk menggunakan jasa layanan yang diberikan. Untuk mempertahankan pelanggan, tarif yang adil dan kompetitif sangat penting. Jika tarif yang dikenakan sebanding dengan nilai yang diterima oleh pelanggan, mereka cenderung puas dan terus menggunakan layanan pelabuhan. Penetapan tarif yang direncanakan dengan mempertimbangkan kebutuhan dan harapan pelanggan dapat meningkatkan persepsi pelanggan terhadap pelabuhan. Tarif merupakan hal yang sangat sensitif bagi pelanggan, sebaiknya apabila harus menaikkan tarif maka dipertimbangkan secara bijak dan harus diikuti oleh kualitas produk dan layanan prima (Alam & Mahanani, 2022).

Loyalitas pelanggan sangat bergantung pada kualitas layanan yang tinggi. Kualitas layanan mencerminkan perbandingan antara tingkat layanan yang disampaikan perusahaan dibandingkan ekspektasi pelanggan (Tjiptono & Gregorius, 2020). Kualitas layanan merupakan salah satu faktor yang dapat meningkatkan loyalitas pelanggan, dengan kualitas layanan yang baik maka lebih meningkatkan loyalitas pelanggan (Dotulong et al., 2023). Layanan yang cepat, aman, dan nyaman meningkatkan kepuasan pelanggan. Tenaga kerja yang terlatih, infrastruktur yang memadai, dan responsivitas terhadap masalah pelanggan adalah beberapa faktor yang dapat meningkatkan kualitas layanan.

Variabel digitalisasi pembayaran, tarif dan kualitas layanan saling terkait dan sangat berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. PT Pelindo menerapkan digitalisasi pembayaran untuk meningkatkan operasional dan interaksi dengan pelanggan. Dengan sistem pembayaran digital dapat mempercepat proses dan mengurangi kesalahan pembayaran. Digitalisasi pembayaran dapat membantu

penetapan tarif yang lebih efisien dan transparan serta meningkatkan kualitas layanan. Tarif yang kompetitif dan layanan berkualitas tinggi menarik dan mempertahankan pelanggan yang pada akhirnya meningkatkan loyalitas pelanggan.

Penelitian sebelumnya dengan judul Pengaruh Kualitas Produk Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Online Shop di Manado menyatakan bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Dotulong et al., 2023). Berdasarkan penelitian dengan judul Pengaruh Kualitas Layanan, Harga dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan pada Pizza Hut menyatakan bahwa kualitas layanan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Permono & Pasharibu, 2021). Masih terdapat hasil yang belum konsisten mengenai pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai Pengaruh Digitalisasi Pembayaran, Tarif dan Kualitas Layanan terhadap loyalitas pelanggan di *Gate* Tanjung Emas PT Pelabuhan Indonesia.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan kajian diatas, maka peneliti dapat merumuskan masalah untuk merancang hipotesis dalam kajian berikutnya, seperti:

1. Apakah digitalisasi pembayaran memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan di *Gate* Tanjung Emas PT Pelabuhan Indonesia?
2. Apakah tarif memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan di *Gate* Tanjung Emas PT Pelabuhan Indonesia?
3. Apakah kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan di *Gate* Tanjung Emas PT Pelabuhan Indonesia?
4. Apakah digitalisasi pembayaran, tarif dan kualitas layanan memiliki pengaruh yang simultan signifikan terhadap loyalitas pelanggan di *Gate* Tanjung Emas PT Pelabuhan Indonesia?

1.3 Batasan Masalah

Penelitian ini memiliki beberapa Batasan yaitu 1) responden penelitian ini adalah pelanggan yang menggunakan layanan di *Gate* Tanjung Emas PT Pelabuhan Indonesia; 2) digitalisasi pembayaran non tunai yang diterapkan; 3) tarif yang ditetapkan oleh Perusahaan dan 4) kualitas layanan yang merupakan keandalan dan kepedulian perusahaan terhadap harapan pelanggan.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh digitalisasi pembayaran terhadap loyalitas pelanggan di *Gate* Tanjung Emas PT Pelabuhan Indonesia.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh tarif terhadap loyalitas pelanggan di *Gate* Tanjung Emas PT Pelabuhan Indonesia.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan di *Gate* Tanjung Emas PT Pelabuhan Indonesia.
4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh digitalisasi pembayaran, tarif dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan di *Gate* Tanjung Emas PT Pelabuhan Indonesia.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini dapat menambah literatur ilmiah dengan pemahaman yang lebih baik terkait dengan variabel digitalisasi, tarif dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan.
- b. Hasil dari penelitian ini dapat menambah wawasan teori tentang variabel-variabel yang mempengaruhi loyalitas pelanggan. Selain itu dapat digunakan sebagai pedoman pada penelitian di masa yang akan datang.

1.5.2 Manfaat Praktis

- a. Perusahaan dapat memahami faktor- faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan yang sangat penting untuk menunjang keberlangsungan bisnis jangka panjang seperti digitalisasi, tarif dan kualitas layanan.

b. Penelitian ini dapat digunakan perusahaan sebagai sumber pertimbangan dalam pengambilan keputusan yang lebih efektif untuk meningkatkan loyalitas pelanggan dan pendapatan perusahaan.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan penelitian ini sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat dari penelitian ini.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menjelaskan landasan teori terdiri dari kerangka teoritis berdasarkan dari variabel digitalisasi, tarif dan kualitas layanan yang mempengaruhi loyalitas pelanggan, serta penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang kerangka penelitian, populasi, sampel dan teknik sampling yang digunakan untuk pengumpulan data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan gambaran hasil penelitian dari analisis data dan dilakukan pembahasan terhadap hasil penelitian

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dan saran yang dapat dijadikan referensi terhadap penelitian yang akan datang serta implikasi manajemen perusahaan.