

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Citra perusahaan adalah gambaran dari suatu konteks organisasi yang direkam di pikiran konsumen dan berfungsi sebagai penyaring atau filter yang dapat memengaruhi persepsi perusahaan. Pendapat umum mengenai identitas perusahaan atau organisasi dikenal sebagai citra perusahaan. Pandangan orang terhadap perusahaan didasarkan pada informasi yang diketahui dan diyakini. Menurut definisi Nguyen & LeBlanc (2016), citra perusahaan merujuk pada kondisi fisik dan penampilan bisnis, termasuk nama, arsitektur, berbagai produk dan layanan, serta interaksi dengan klien.

Citra adalah kesan yang didapatkan seseorang berdasarkan pengalaman dan pemahamannya tentang fakta-fakta atau kenyataan Soemirat (2017). Citra perusahaan merupakan salah satu bagian terpenting yang dimiliki oleh sebuah perusahaan, baik perusahaan besar maupun perusahaan kecil.. Konsumen akan membuat persepsi subjektif mengenai perusahaan dan segala aktivitasnya seperti yang diungkapkan oleh Walters dan Paul dalam Chiu dan Hsu (2014). Terdapat 4 faktor yang mempengaruhi citra perusahaan diantaranya moralitas, manajemen, performa, pelayanan (Liou dan Chuang dalam Tjandra dkk,2016).

Selain meningkatkan kepercayaan dan loyalitas konsumen, citra perusahaan yang baik juga dapat menarik minat investor dan mitra bisnis. Sebagaimana diungkapkan Wijaya (2019), Citra perusahaan yang kuat dapat mendorong para investor untuk menanamkan modal dan mendukung pertumbuhan bisnis jangka Panjang. Namun, membangun citra perusahaan yang positif tidaklah mudah. Diperlukan strategi komunikasi dan manajemen yang komprehensif, melibatkan seluruh aspek kegiatan perusahaan. Seperti yang dikatakan Saputra (2019), "Citra perusahaan terbentuk dari pengalaman dan persepsi konsumen terhadap keseluruhan aktivitas perusahaan, mulai dari produk, layanan, hingga tanggung jawab social.

Perusahaan yang memiliki citra yang baik di mata konsumen, produk dan jasanya relatif lebih dapat diterima oleh konsumen daripada perusahaan yang tidak memiliki citra. Perusahaan yang memiliki citra positif di mata konsumen juga cenderung dapat bertahan di masa krisis. Kalaupun mengalami kerugian, jumlah nominalnya jauh lebih kecil dibandingkan perusahaan yang memiliki citra buruk.

Penelitian tentang pelayanan terhadap kepuasan penumpang dilakukan oleh Hardianti, Lambang Basri Said, Ilham Syafei (2022) bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan penumpang. Juga pelayanan memiliki pengaruh positif secara langsung terhadap citra perusahaan. Setiap perusahaan harus mampu menciptakan pelayanan yang baik ,pelayanan terbaik merupakan salah satu kunci keberhasilan bagi sebuah perusahaan. Dengan memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan, perusahaan dapat membangun hubungan yang kuat, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan memperoleh loyalitas yang tinggi. Pelayanan terbaik juga

dapat membantu perusahaan membedakan dirinya dari pesaing dan memenangkan persaingan pasar sehingga dapat menciptakan citra positif pada perusahaan.

Penting bagi perusahaan untuk terus meningkatkan standar pelayanannya dan memastikan bahwa setiap interaksi dengan pelanggan berlangsung dengan baik. Berdasarkan alasan tersebut maka kualitas pelayanan masih relevan dan penting untuk diteliti saat ini. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori Citra perusahaan (*Image Theory*) dimana menurut Frank Jefkins menyatakan bahwa kesan, gambaran, atau impresi yang tepat (sesuai dengan kenyataan) atau sosok keberadaan berbagai kebijakan personal-personil atau jasa- jasa dari suatu organisasi atau perusahaan.

Teori ini menekankan pada persepsi, keyakinan, dan kesan yang terbentuk di benak pemangku kepentingan terhadap suatu perusahaan. Dowling (2014) menyatakan bahwa Citra perusahaan adalah seperangkat keyakinan, ide, dan kesan yang dimiliki seseorang terhadap suatu organisasi. Kualitas layanan yang konsisten dan memuaskan dapat memperkuat citra positif perusahaan di mata pelanggan.

Orientasi pelayanan memiliki peran penting dalam kelangsungan operasional perusahaan, perannya dapat dirasakan baik di tingkat karyawan maupun di tingkat organisasi. Kualitas pelayanan menurut Kotler [2019] mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkatan pelayanan yang diterima dengan tingkatan pelayanan yang diharapkan, jika pelayanan yang diterima atau dirasakan. pelayanan yang diharapkan, jika pelayanan yang diterima atau dirasakan..

Penelitian tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan penumpang yang dilakukan oleh Andi Nurwani , Muhammad Tahir , Ahmad Harakan,(2023) yang menemukan bahwa berdasarkan hasil penelitian, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan penumpang. Loyalitas dari konsumen dapat dipengaruhi dari berbagai aspek mulai dari citra merek dan kualitas pelayanan dari sebuah perusahaan, hal ini dibuktikan oleh Setyowati, dkk (2016) yang menyatakan bahwa loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh citra merek dan kualitas pelayanan, hal ini tidak terlepas dari kepuasan dari pelanggan tersebut.

Variabel-variabel yang telah dibahas secara singkat tersebut kemudian akan dibentuk menjadi sebuah model kerangka konseptual yang merupakan pengembangan dalam penelitian ini dengan menggunakan perspektif Teori Citra perusahaan. Pada penelitian tentang *Pengaruh Service Excellent Terhadap Citra Perusahaan dan Loyalitas Pelanggan* yang dilakukan oleh Feti Fatimah Mulyan, Devi Yuniati Drajat, Ria Yuli Angliwati, Dwi Sandini, (2022) yang memukakan bahwa berdasarkan hasil penelitian *service excellen atau kualitas pelayanan berpengaruh terhadap citra perusaan dan loyalitas pelanggan*. Model kerangka konseptual yang digunakan dalam penelitian ini merupakan hasil replikasi dan modifikasi penelitian yang telah dilakukan oleh Wahyuni (2019) dan Feti Fatimah Mulyan, Devi Yuniati Drajat, Ria Yuli Angliwati, Dwi Sandini, (2022).

Model kerangka konseptual ini selanjutnya akan diuji pada perusahaan PT. Sumekar. Perusahaan PT Sumekar ini merupakan perusahaan yang dikelola oleh *Pemerintahan Daerah Kabupaten Sumenep (BUMD)*, perusahaan ini memiliki 67 karyawan dan bergerak pada bidang jasa transportasi laut antar pulau di dalam *Kabupaten Sumenep* yang menyediakan rute dari *Pelabuhan Kalinget* menuju *Pulau Kangean-Sapeken* yang memiliki nama kapal *Dharma Bahari Sumekar III (DBS III)*. PT Sumekar harus memberikan *Service orientation* atau pelayanan yang baik terhadap penumpang atau pengguna jasa sehingga dapat memberikan citra perusahaan yang positif dan membuat pelanggan puas terhadap pelayanan Perusahaan PT Sumekar pada transportasi laut kapal *Dharma Bahari Sumekar III (DBSIII)*. Dengan begitu pelanggan akan merasa nyaman dan aman dalam menggunakan jasa transportasi *laut Perusahaan PT Sumekar*. Karena, kelemahan dari perusahaan PT Sumekar ini adalah dari segi pelayanan terhadap pengguna jasa dan kapal ini memiliki kecepatan yang lambat untuk sampai ke tempat tujuan tidak secepat kapal ekspres. Sehingga perusahaan harus mampu memberikan sikap yang dapat bersaing dengan perusahaan lain.

Penelitian ini masih relevan dan penting dilakukan dengan obyek penelitian di PT. Sumekar agar perusahaan dapat meningkatkan kualitas pelayanan terhadap pengguna jasa sehingga dapat menciptakan citra perusahaan yang baik. Dengan penerapan *service orientation* terhadap kepuasan penumpang.

Berdasarkan penjelasan latar belakang yang telah diuraikan dan hasil pengamatan di PT. Sumekar, maka penulis tertarik untuk meneliti lebih dalam dan mengambil judul **“PENGARUH SERVICE ORIENTATION TERHADAP CITRA PERUSAHAAN YANG DI MEDIASI KEPUASAN PENUMPANG PADA PERUSAHAAN PT SUMEKAR, SUMENEP”**

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah penelitian sebagai berikut :

1. Apakah Service Orientation Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan Penumpang di Perusahaan PT Sumekar Sumenep?
2. Apakah Kepuasan Penumpang Berpengaruh Signifikan Terhadap Citra Perusahaan di Perusahaan PT Sumekar Sumenep?
3. Apakah Service Orientation Berpengaruh Signifikan Terhadap Citra Perusahaan di Perusahaan PT Sumekar Sumenep?
4. Apakah Service Orientation Berpengaruh Signifikan Terhadap Citra Perusahaan Melalui Kepuasan Penumpang di Perusahaan PT Sumekar Sumenep?

1.3 Batasan Masalah

Agar dapat menghindari permasalahan pada rumusan masalah sehingga ruang lingkup masalah tidak menyebar luas serta peneliti tetap fokus pada permasalahan yang akan diteliti sehingga peneliti dapat mencapai tujuan tersebut dengan baik. Adapun pembahasan yang akan diuraikan pada penelitian ini penulis membatasi masalah pada *“Pengaruh Service Orientation Terhadap Citra Perusahaan Yang Di Mediasi Kepuasan Penumpang Pada Perusahaan Pt Sumekar, Sumenep”*

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latarbelakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan, menguji dan menganalisis :

1. Pengaruh Service Orientation Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan Penumpang di Perusahaan PT Sumekar Sumenep
2. Pengaruh Kepuasan Penumpang Berpengaruh Signifikan Terhadap Citra Perusahaan di Perusahaan PT Sumekar Sumenep
3. Pengaruh Service Orientation Berpengaruh Signifikan Terhadap Citra Perusahaan di Perusahaan PT Sumekar
4. Pengaruh Service Orientation Berpengaruh Signifikan Terhadap Citra Perusahaan Melalui Kepuasan Penumpang di Perusahaan PT Sumekar

1.5 Manfaat Penelitian

Pada penulisan ini diharapkan memiliki manfaat penelitian antara lain sebagai berikut :

1. Bagi STIAMAK Barunawati Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan kontribusi bagi kalangan akademik dalam pengembangan ilmu pengetahuan dan informasi bagi mahasiswa/i di STIAMAK Barunawati Surabaya.
2. Bagi Peneliti Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan pemahaman peneliti dengan menerapkan teori-teori yang diperoleh selama masa kuliah ke dalam praktik di lapangan. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan pengalaman berharga bagi penulis dalam memahami masalahmasalah yang muncul dalam konteks dunia kerja.
3. Bagi Perusahaan Penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang berharga bagi PT. Sumekar dalam upaya meningkatkan pelayanan sarana dan prasarana di perusahaan PT. Sumekar. Temuan dan rekomendasi dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan yang bermanfaat bagi perusahaan dalam upaya memperbaiki dan meningkatkan kualitas pelayanan

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran mengenai penelitian yang akan dilakukan, disusunlah suatu sistem penulisan yang akan memberikan informasi tentang isi dari setiap bab. Berikut adalah sistematika penulisan yang digunakan:

1. BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini membahas tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, serta sistematika penulisan.

2. BAB II LANDASAN TEORI

Bagian ini memuat teori-teori yang relevan dengan penelitian yang terkait dengan aktivitas pelayanan pelabuhan, yang didukung oleh hasil penelitian sebelumnya. Teori-teori tersebut diperoleh dari buku referensi dan sumber informasi terkait yang berkaitan dengan topik penelitian sebelumnya.

3. BAB III METODE PENULISAN

Bab ini memuat informasi mengenai prosedur yang diikuti oleh penulis dalam menjalankan penelitian dan menyusun laporan penelitian. Untuk mencapai hasil yang akurat, diperlukan langkah-langkah penelitian yang terorganisir dan terarah, sehingga hasil yang diperoleh tetap sesuai dengan tujuan awal penelitian tanpa menyimpang.

4. BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang analisis dari hasil pengamatan, pengumpulan, dan pengelolaan data sehingga hasil yang dicapai selama penelitian dan pembuatan penelitian tersebut.

5. BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan pokok-pokok bahasan yang disertai dengan saran-saran bagi pihak terkait objek penelitian untuk memperbaiki kekurangan yang ada dan untuk perkembangan yang akan datang.