

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara kepulauan yang terdiri dari ribuan pulau yang tersebar dari Sabang hingga Merauke. Kondisi geografis ini menjadikan Indonesia dikenal sebagai negara maritim yang memiliki wilayah perairan sangat luas dibandingkan dengan daratannya. Dengan banyaknya pulau yang dipisahkan oleh lautan, kegiatan distribusi barang antar daerah menjadi sebuah tantangan tersendiri dalam mendukung aktivitas ekonomi dan perdagangan. Oleh karena itu, diperlukan sistem transportasi dan logistik yang mampu menghubungkan berbagai wilayah secara efektif dan efisien.

Salah satu solusi yang banyak digunakan dalam pengiriman barang antar pulau adalah melalui jasa Ekspedisi muatan kapal laut (EMKL). EMKL berperan penting dalam mengoordinasikan proses pengiriman barang menggunakan jalur laut, mulai dari pengurusan dokumen, pengaturan muatan, hingga proses pengiriman ke daerah tujuan. Dengan memanfaatkan transportasi laut yang mampu mengangkut barang dalam jumlah besar dengan biaya yang relatif lebih ekonomis, EMKL menjadi pilihan yang tepat dalam mendukung kelancaran distribusi barang di negara maritim seperti Indonesia. Keberadaan EMKL tidak hanya mempermudah proses pengiriman barang antar pulau, tetapi juga membantu meningkatkan efisien sistem logistik nasional.

Permasalahan distribusi barang di negara kepulauan Indonesia juga dapat dikaitkan dengan visi pembangunan nasional yang tertuang dalam asta cita, yaitu delapan agenda prioritas pembangunan pemerintah. Salah satu poin penting dalam asta cita adalah memperkuat pembangunan ekonomi yang merata melalui peningkatan infrastruktur, konektivitas antarwilayah, serta penguatan sektor maritim dan logistik nasional. Hal ini sejalan dengan kondisi geografis Indonesia sebagai negara maritim yang membutuhkan sistem distribusi barang yang efektif untuk menghubungkan pulau-pulau yang tersebar luas.

Dalam konteks pengiriman barang, keberadaan EMKL menjadi bagian penting dalam mendukung terwujudnya konektivitas nasional. EMKL membantu memperlancar arus distribusi barang antar pulau melalui jalur laut sehingga dapat mengurangi kesenjangan distribusi barang antara wilayah barat dan timur Indonesia. Dengan sistem pengiriman yang lebih terorganisir dan efisien, EMKL turut mendukung peningkatan aktivitas ekonomi daerah serta memperkuat jaringan logistik nasional. Dengan demikian, pengembangan sektor logistik laut melalui EMKL sejalan dengan semangat asta cita dalam mendorong pemerataan pembangunan dan memperkuat peran Indonesia sebagai negara maritim.

EMKL diartikan sebagai usaha yang bertujuan untuk mengurus dokumen dan pekerjaan yang berkaitan dengan penerimaan maupun penyerahan barang yang diangkut melalui jalur laut untuk diserahkan kepada customer dan diterima dari perusahaan pengangkutan untuk kepentingan pemilik barang sesuai yang tertuang dalam Peraturan Pemerintah Nomor 17 Tahun 1988 tentang penyelenggaraan dan

pengusahaan angkutan laut. Dari pemahaman tersebut dapat disimpulkan bahwa posisi EMKL sebagai perantara bagi pengirim dan penerima barang dan tanggung jawab utamanya bukan untuk mengantarkan barang ke tempat tujuan. (Saraya Husna & Levina Yustitiningtyas, 2022).

Logistik adalah serangkaian upaya yang mencakup efektivitas perencanaan, pengiriman, implementasi, sampai pengawasan atas suatu proses perpindahan produk barang atau jasa, *energy*, atau sumber daya lain, dari mulai titik awal hingga titik pengguna. Dalam pengembangannya, mengenai generasi tentang logistik berubah, dipersensikan bukan lagi suatu barang yang dibutuhkan tetapi proses mengadakan barang kebutuhan tersebut disampaikan sebagai logistik.(Prastyorini et al., 2025).

CV. Anugerah Sungai Rimbo adalah salah satu perusahaan Ekspedisi Muatan Kapal Laut (EMKL) yang saat ini tengah berupaya mempertahankan keunggulan bersaingnya diantara perusahaan-perusahaan yang juga menerima pengiriman barang tujuan Serui. Perusahaan EMKL yaitu perusahaan di bidang jasa yang mempunyai tujuan untuk memperlancar dan membantu pengiriman barang sehingga mempermudah penerima (*Consigne*) dan pengirim (*Shipper*).

Diera digital saat ini, perusahaan logistik dituntut untuk mampu mengelola sistem informasi secara efektif serta menyediakan layanan kualitas yang baik demi untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang semakin menuntut kecepatan dan ketepatan dalam proses pengiriman barang. Tuntutan ini muncul seiring meningkatnya volume pengiriman barang campuran, yang mengharuskan

tersedianya layanan jasa handal dan efisien. Sebagai salah satu penyedia jasa pengiriman barang di CV.Anugerah Sungai Rimbo yang sedang menghadapi tantangan berat dalam mempertahankan loyalitas pelanggan ditengah ketatnya persaingan bisnis saat ini.

Loyalitas (*Loyalty*) didefinisikan sebagai “Komitmen yang mendalam untuk membeli kembali atau menggunakan kembali produk atau layanan pilihan secara konsisten di masa mendatang, sehingga menyebabkan pembelian berulang dengan layanan jasa yang sama, terlepas dari pengaruh situasional dan upaya pemasaran yang berpotensi menyebabkan perilaku beralih” (Oliver, 1999, p. 34) dalam (Choi et al., 2023). Loyalitas pelanggan mencerminkan hubungan jangka panjang antara pelanggan dan perusahaan yang dibangun melalui pengalaman positif, kualitas layanan yang baik, serta kepercayaan yang berkelanjutan. Dengan demikian, *Customer Loyalty* menjadi sebuah indikator penting bagi keberhasilan perusahaan dalam mempertahankan pelanggan dan menciptakan keunggulan yang kompetitif.

Kepuasan pelanggan (*Customer Satisfaction*) adalah konsep sentral dalam manajemen pemasaran jasa dan logistik yang menggambarkan sejauh mana harapan pelanggan terhadap suatu layanan terpenuhi atau bahkan terlampaui setelah mereka mengalami layanan tersebut. Kepuasan pelanggan merupakan faktor krusial dalam keberlanjutan bisnis, karena berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, reputasi perusahaan, dan daya saing di pasar (Khaerul Mabur and Ruma, 2022). Dalam konteks logistik, kepuasan pelanggan tidak hanya ditentukan oleh kualitas pelayanan itu sendiri, melainkan oleh kombinasi

beberapa faktor yang saling terkait. Kecepatan pengiriman (*on-time delivery*) sering kali menjadi penentu utama, karena keterlambatan sekecil apa pun dapat mengganggu rantai pasok pelanggan dan menimbulkan kerugian finansial.

Kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa yang muncul ketika seseorang membandingkan hasil atau pengalaman yang diperoleh dengan harapan yang dimilikinya. Menurut Umam&Sutanto (2013) sebagaimana dikutip dalam penelitian Nurul Wahyuni dkk, Kepuasan didefinisikan sebagai respon yang dirasakan seseorang setelah membandingkan kinerja dan pelayanan yang diterima dengan apa yang diharapkannya. Dengan demikian, menjamin kepuasan pelanggan sama dengan memberikan pelayanan yang berkualitas, yakni memberikan nilai tambah bagi customer sehingga mereka merasa puas. (Rachman et al., 2024)

Sebuah studi empiris yang dilakukan oleh Uvet pada tahun 2020, melibatkan survei terhadap pelanggan di sektor logistik, menemukan bahwa faktor-faktor seperti kontak kualitas personel, kondisi pesanan, ketepatan waktu, penanganan ketidaksesuaian pesanan, dan operasional logistik memiliki pengaruh positif yang kuat terhadap kepuasan pelanggan, dengan analisis regresi menunjukkan koefisien signifikansi.

Penelitian terdahulu (Irwadi, 2022) dan (Al-momani et al., 2024) mengindikasikan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan pada perusahaan ekspedisi dan EMKL. Namun, sebagian besar penelitian masih menempatkan loyalitas sebagai variabel dependen utama tanpa

mengkaji secara mendalam peran kepuasan pelanggan (*Customer Satisfaction*) sebagai variabel mediasi, sehingga mekanisme hubungan antar variabel belum dijelaskan secara komprehensif. Selain itu, terdapat penelitian yang menguji hubungan antara *Service Quality*, *Trust*, *Customer Satisfaction* dan *Loyalty* secara langsung tanpa menempatkan kepuasan sebagai variabel intervening, serta menggunakan pendekatan analisis yang terbatas pada konteks tertentu sehingga mengurangi tingkat generalisasi hasil dari penelitian.

Kondisi ini mengindikasikan bahwa pengaruh *Service Quality* dan *Trust* terhadap *Loyalty* tidak selalu bersifat langsung, melainkan berpotensi dimediasi oleh *Customer Satisfaction*. Oleh karena itu, penelitian ini menawarkan kebaruan dengan menguji peran mediasi loyalitas pelanggan secara spesifik pada perusahaan EMKL, sehingga memberikan pemahaman mekanisme perilaku pelanggan yang lebih mendalam dan kontekstual.

Selain itu, penelitian ini berlandaskan pada teori *Service Quality* (*SERVQUAL*) yang menganalisis kualitas layanan melalui 5 dimensi utama, yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* (Sourav et al.,2024). Dalam konteks transportasi laut, dimensi *reliability* terkait erat dengan ketepatan waktu tempuh, sementara dimesi lainnya berhubungan dengan kualitas pelayanann awak kapal serta fasilitas yang disediakan (Sourav et al.,2024). Berdasarkan kerangka teoretis tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menguji secara simultan pegaruh waktu tempuh dan *service quality* terhadap *loyalty*.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah *Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Loyalty* pada CV. Anugerah Sungai Rimbo?
2. Apakah *Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Loyalty* pada CV. Anugerah Sungai Rimbo?
3. Apakah *Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada CV. Anugerah Sungai Rimbo?
4. Apakah *Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada CV. Anugerah Sungai Rimbo?
5. Apakah *Customer Satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Loyalty* pada CV. Anugerah Sungai Rimbo?
6. Apakah *Loyalty* memediasi pengaruh *Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction* pada CV. Anugerah Sungai Rimbo?
7. Apakah *Loyalty* memediasi pengaruh *Trust* terhadap *Customer Satisfaction* pada CV. Anugerah Sungai Rimbo?

1.3 Batasan Masalah

Penelitian ini difokuskan pada analisis pengaruh *Service Quality* dan *Trust* terhadap *Loyalty*, dengan *Customer Satisfaction* sebagai variabel mediasi, pada CV. Anugerah Sungai Rimbo. Subjek penelitian adalah pelanggan yang pernah menggunakan jasa EMKL perusahaan tersebut. Penelitian ini hanya mengkaji persepsi pelanggan berdasarkan data kuesioner dan tidak membahas aspek keuangan maupun operasional internal perusahaan. Hasil penelitian terbatas pada

objek dan periode waktu penelitian sehingga tidak dapat digeneralisasikan pada seluruh perusahaan EMKL.

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh *Service Quality* terhadap *Loyalty* pada CV. Anugerah Sungai Rimbo.
2. Untuk menganalisis pengaruh *Trust* terhadap *Loyalty* pada CV. Anugerah Sungai Rimbo.
3. Untuk menganalisis pengaruh *Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction* pada CV. Anugerah Sungai Rimbo.
4. Untuk menganalisis pengaruh *Trust* terhadap *Customer Satisfaction* pada CV. Anugerah sungai Rimbo.
5. Untuk menganalisis pengaruh *Customer Satisfaction* terhadap *Loyalty* pada CV. Anugerah Sungai Rimbo.
6. Untuk menganalisis peran *Customer Satisfaction* sebagai variabel mediasi pada hubungan antara *Service Quality* dan *Loyalty* pada CV. Anugerah Sungai Rimbo.
7. Untuk menganalisis peran *Customer Satisfaction* sebagai variabel mediasi pada hubungan antara *Trust* dan *Loyalty* pada CV. Anugerah Sungai Rimbo.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi pengembangan wawasan akademik, khususnya dalam bidang administrasi logistik. Mahasiswa dapat memahami bagaimana variabel-variabel seperti *Service Quality*, *Trust*, *Customer Satisfaction*, *Loyalty*. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi wadah bagi penerapan ilmu yang diperoleh selama masa perkuliahan kedalam permasalahan nyata di industri jasa logistik.

2. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi bagi CV. Anugerah Sungai Rimbo dalam meningkatkan kualitas pelayanan serta efektivitas pengelolaan administrasi persediaan barang masuk dan keluar. Dengan mengetahui berbagai kendala dan faktor yang mempengaruhi kelancaran proses pengiriman barang dari Surabaya menuju Serui, perusahaan dapat memperbaiki prosedur kerja, meningkatkan ketelitian dalam pencatatan data, serta mengoptimalkan sistem pengelolaan logistik. Melalui perbaikan tersebut, diharapkan perusahaan dapat meningkatkan efisiensi operasional, menjaga kepercayaan pelanggan, serta mampu bersaing di bidang jasa pengiriman barang.

3. Bagi STIAMAK Barunawati

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan tambahan wawasan keilmuan serta dapat dijadikan referensi bagi peneliti lain yang hendak melakukan kajian di bidang administrasi logistik

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pengertian dan pemahaman penulisan, maka penulis menyusun suatu sistematika penulisan sebagai berikut :

1. **BAB 1 PENDAHULUAN**, terdiri dari latar belakang, tujuan, manfaat, rumusan dan batasan masalah.
2. **BAB II LANDASAN TEORI**, berisi teori mengenai penelitian ini dan hipotesis.
3. **BAB III METODE PENELITIAN**, terdiri dari variabel, populasi, sampel, serta teknik analisis data.
4. **BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**, berisi gambaran umum objek penelitian dan analisis data.
5. **BAB V PENUTUP**, terdiri dari kesimpulan dan saran.