

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Loyalitas pelanggan merupakan kelanjutan dari kepuasan pelanggan dalam menggunakan fasilitas maupun jasa pelayanan dalam menggunakan fasilitas maupun jasa pelayanan yang diberikan pihak perusahaan, serta untuk tetap menjadi pelanggan dari perusahaan. Loyalitas adalah bukti konsumen yang selalu menjadi pelanggan, yang memiliki kekuatan dan sikap positif terhadap perusahaan. Sedangkan pelanggan adalah orang-orang yang kegiatan membeli dan menggunakan suatu produk, baik barang maupun jasa, secara terus menerus. Pelanggan atau pemakai suatu produk adalah orang-orang yang berhubungan secara langsung maupun tidak langsung maupun tidak langsung dengan perusahaan-perusahaan bisnis. Loyalitas pelanggan memiliki peran yang sangat penting dalam sebuah perusahaan. Mempertahankan mereka berarti meningkatkan kinerja dan mempertahankan kelangsungan hidup suatu perusahaan. Loyalitas pelanggan secara umum juga dapat di artikan sebagai kesetiaan seseorang atas suatu produk, baik barang maupun jasa tertentu.

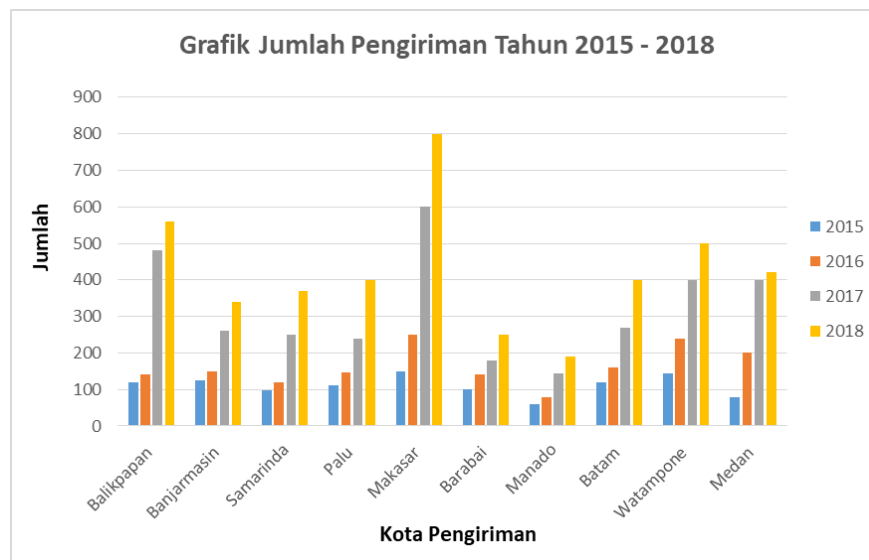
Menghadapi persaingan bisnis Ekspedisi Muatan Kapal Laut (EMKL) yang semakin ketat di tahun 2019. Perusahaan Ekspedisi Muatan Kapal Laut (EMKL) harus berkerja keras untuk mempertahankan dan meningkatkan para pelanggan agar tidak pindah ke perusahaan lain. Sesuai pernyataan Hammer and Champy (1993), menyatakan bahwa perubahan lingkungan bisnis yang disertai dengan globalisasi ekonomi berdampak terhadap 3C yang meliputi *customer, competition, and change*. Dengan menentukan produk dan jasa yang akan digunakan untuk mendukung kepuasan pelanggan, suatu perusahaan harus memilih jasa angkutan yang siap melayani permintaan pelanggan.

Strategi yang harus dilakukan Perusahaan Jasa Ekspedisi Muatan Kapal Laut (EMKL) adalah melayani permintaan pelanggan terhadap jasa yang ditawarkan. Kepuasan terhadap pelayanan pelanggan juga sangat diutamakan, seperti aktif melakukan *update* jadwal kapal, estimasi tanggal keberangkatan

kapal, estimasi tanggal sandar kapal kepada setiap pelanggan karena dengan adanya *update* kepada pelanggan, pelanggan akan merasakan kepuasan tersendiri kepada perusahaan. Dengan adanya kualitas layanan yang kita berikan kepada setiap pelanggan akan menciptakan kepuasan kepada perusahaan. Menurut Kotler (2007), menyatakan setelah pelanggan merasakan rasa puas, maka pelanggan secara tidak langsung akan membandingkan pelayanan perusahaan satu dengan perusahaan yang lain. Apabila pelanggan benar merasa puas, pelanggan akan menggunakan kembali jasa ekspedisi tersebut serta memberikan rekomendasi kepada orang lain untuk menggunakan jasa ekspedisi di perusahaan tersebut.

Perusahaan ekspedisi di tahun ini sedang mengalami kenaikan permintaan jasa pengiriman sebesar 30% pada tahun 2019 (Sindonews, 2019). PT Global Penta Logistik merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang jasa pengiriman/ ekspedisi, serta perusahaan yang menjadi objek penelitian. PT Global Penta Logistik juga mengalami kenaikan permintaan jasa pengiriman, salah satu alasan naiknya permintaan jasa pengiriman karena bertambahnya permintaan produk dari daerah. Peningkatan jasa pengiriman dapat dilihat pada **Gambar 1.1**.

Gambar 1.1. Diagram Persentase Pengiriman PT Global Penta Logistik Tahun 2015-2019



(Sumber: PT Global Penta Logistik, 2019).

PT Global Penta Logistik merupakan perusahaan yang bergerak di bidang pelayanan logistik sejak tahun 2015. Perusahaan tersebut melayani jasa angkutan seperti mobil trailer untuk proses pengambilan barang kebeberapa pabrik. PT Global Penta Logistik juga bekerja sama dengan beberapa perusahaan pelayaran seperti: PT Tempuran Emas, PT Salam Pacific Indonesia Lines, PT Meratus line, PT Tanto Intim Line, PT Caraka Tirta Perkasa. PT Global Penta Logistik juga bekerja sama dengan perusahaan yang ternama seperti: PT Sayap Mas Utama, PT Wings Surya, PT Garuda Food, PT Bangun Prima, PT Citra Utama Distribusi, PT Rutin Bangunan, PT Jotasindo dan PT Heinz ABC. Pelayanan yang diberikan meliputi semua rute di dalam negeri (PT GPL, 2019).

Pada **Grafik 1.1**, menunjukkan peningkatan pengiriman PT Global Penta Logistik dari tahun 2015 sampai tahun 2019. Akan tetapi ada beberapa permasalahan yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan. Masalah tersebut di antaranya sebagai berikut :

1. Prosedural internal

Terjadinya kesalahan komunikasi dalam pengiriman dokumen berita acara ke agen *dooring*. Dimana hal tersebut akan membuat hilangnya rasa percaya kepada penyedia jasa.

2. Armada tidak cukup

Kurangnya armada yang digunakan dalam pengiriman, sehingga terjadi penumpukan barang di gudang. Hal ini akan mengakibatkan keterlambatan barang pesanan dimana pelanggan akan merasa kecewa karena barang pesannya sampai tidak tepat waktu dan pelanggan akan lari ke penyedia jasa ekspedisi lain.

3. *Delay schedule*

Keterlambatan barang ke pelanggan karena terjadinya penundaan keberangkatan atau kedatangan kapal dari pihak pelayaran. Hal ini dapat mengakibatkan keterlambatan barang pesanan yang sesuai dengan estimasi waktu yang telah di tentukan. *Delay schedule* ini dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan, sehingga pelanggan akan beralih ke perusahaan ekspedisi lain.

4. Keterlambatan *bill of lading*

Keterlambatan *update bill of lading* kepada pelanggan akan menimbulkan rasa kekhawatiran akan status pengiriman barang. Hal tersebut dapat mempengaruhi rasa kepercayaan pelanggan terhadap penyedia jasa ekspedisi.

Dari beberapa permasalahan tersebut, akan mempengaruhi persaingan bisnis. Susanto (2008) menyatakan bahwa mempertahankan loyalitas pelanggan menjadi hal utama karena akan mempengaruhi kelangsungan suatu perusahaan.

Jasa ekspedisi pada era globalisasi mendapat tantangan besar, berupa kebutuhan akan kecepatan dan ketepatan serta fleksibilitas dari *supply chain*. Sebagian besar barang produksi di distribusikan ke berbagai wilayah menggunakan peti kemas atau *countainer* melalui ekspedisi darat maupun kapal laut. Pelaku usaha khususnya perusahaan yang bergerak di bidang jasa pelayanan logistik perlu melakukan pengkajian terhadap para pelanggan tentang apa yang diharapkan oleh pelanggan. Dengan melakukan kajian tersebut perusahaan dapat mengetahui sejak dini permasalahan yang akan dihadapi, sehingga dapat diantisipasi dengan berbagai upaya yang dapat meminimalkan tingkat ketidakpuasan pelanggan. Masalah yang menjadi dasar penelitian adalah tingkat kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan PT Global Penta Logistik. Karena tingkat kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan kepercayaan mempengaruhi tingkat loyalitas pelanggan terhadap suatu perusahaan, terutama pada PT Global Penta Logistik.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang, dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan PT Global Penta Logistik?
2. Apakah kepercayaan pelanggan memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan PT Global Penta Logistik?
3. Apakah kepuasan pelanggan memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan PT Global Penta Logistik?
4. Apakah kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan kepercayaan memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan PT Global Penta Logistik?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan PT Global Penta Logistik.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh positif kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan PT Global Penta Logistik.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh positif kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan PT Global Penta Logistik.
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh positif kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan PT Global Penta Logistik.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi PT Global Penta Logistik
Dapat memberikan informasi yang berguna bagi perusahaan PT Global Penta Logistik dalam melaksanakan kebijakan dan strategi yang berkaitan dengan kepercayaan dan kualitas pelayanan.
2. Bagi penelitian
Sebagai informasi bagi peneliti lain yang melakukan penelitian lebih lanjut yang berhubungan dengan kepercayaan, kualitas pelayanan yang diberikan, kepuasan pelanggan serta loyalitas pelanggan.