

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara kepulauan terbesar di dunia dengan jumlah pulau sebanyak 16.056 pulau yang tersebar diseluruh wilayahnya, dan merupakan negara maritim atau negara yang berada dalam kawasan laut yang luas. Sebagai negara kepulauan, Indonesia memerlukan sarana transportasi untuk mendukung proses perpindahan baik barang maupun manusia dari suatu wilayah satu ke wilayah lainnya.

Transportasi menurut Ismayati dalam Rizan, Setyaningsih & Saidani (2016) merupakan proses perpindahan manusia ataupun barang dari suatu tempat ke tempat lainnya, dengan menggunakan sarana yang digerakkan oleh manusia atau mesin. Transportasi digunakan oleh manusia untuk memudahkan manusia dalam melakukan aktivitasnya. Transportasi dapat diklasifikasikan menjadi tiga jenis, yaitu transportasi darat, air dan udara.

Di negara kepulauan seperti Indonesia, moda transportasi air dapat menjadi salah satu pilihan untuk menjangkau wilayah lain. Peran pelabuhan sebagai prasarana transportasi yang mendukung kelancaran sistem transportasi air juga perlu dikelola secara efektif dan efisien. Menurut Subdirektorat Statistik Transportasi (2019) daya saing produsen baik dalam pasar nasional maupun internasional, efisiensi distribusi internal, dan yang

lebih umum, keterpaduan dan integritas ekonomi nasional sangat dipengaruhi oleh kinerja sektor pelabuhan.

Pengertian Pelabuhan menurut Subdirektorat Statistik Transportasi (2019:7) merupakan suatu tempat yang terdiri atas daratan dan/atau perairan dengan batas-batas tertentu yang berfungsi sebagai tempat kegiatan pemerintahan dan kegiatan pengusahaan. Pelabuhan dipergunakan sebagai tempat bersandar kapal, berlabuh, naik dan turun penumpang, bongkar muat barang, dan juga merupakan terminal dan tempat berlabuh kapal.

Menurut Latif dan Inne dalam Rakhman, Saputri & Fisu (2020) baik atau buruknya kondisi pelabuhan menjadi elemen penentu terbangunnya poros maritim yang kuat melalui peningkatan daya saing, efisiensi proses produksi dan distribusi serta terbangunnya integritas dan konektivitas sistem perekonomian. Sayangnya, pelabuhan di Indonesia belum terkelola secara ekonomis dan efisien, pendapat ini didukung oleh Sudarmo dalam Rakhman et al. (2020) yang berpendapat bahwa pelabuhan belum secara maksimal berperan sebagai penggerak daya saing perekonomian nasional

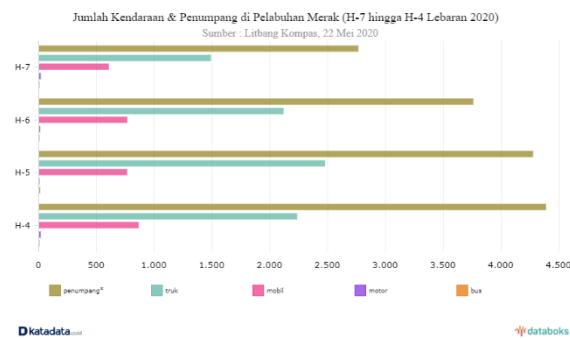
Ketidakmasimalan ini akibatkan oleh beberapa faktor. Berdasarkan Laporan Persaingan Global (*The Global Competitiveness Report*) tahun 2019 dalam Subdirektorat Statistik Transportasi (2019:2), efisiensi pelabuhan Indonesia berada pada peringkat 61 dari 141 negara yang di survei. Hal ini mengindikasikan bahwa Pelabuhan di Indonesia dalam pelaksanaannya belum efisien.

Salah satu pelabuhan yang terdapat di Indonesia adalah Pelabuhan Merak. Pelabuhan Merak adalah sebuah pelabuhan laut yang terletak di Kota Cilegon, Banten yang melayani penyeberangan antara ujung barat Pulau Jawa dengan ujung selatan Pulau Sumatra. Menurut Intari, Kuncoro & Saputri (2019) Pelabuhan Merak merupakan pelabuhan umum yang sangat vital menggerakkan roda ekonomi Indonesia. Kegiatan didalam area Pelabuhan Merak yaitu, layanan penyeberangan penumpang untuk tujuan Jawa ke Sumatra, dan kegiatan bongkar muat barang.

Pelabuhan Merak merupakan pelabuhan yang dikelola oleh PT ASDP Indonesia Ferry. PT ASDP Indonesia Ferry adalah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang jasa pengelolaan kepelabuhan dan jasa angkutan penyeberangan. Menurut Azka (2019) pada industri penyeberangan, PT ASDP Indonesia Ferry memiliki tugas untuk menjalankan fungsi pengelola pelabuhan, penyeberangan sekaligus navigasi kapal penyeberangan.

Pelabuhan Merak merupakan pelabuhan yang seringkali dipilih oleh masyarakat yang ingin menyeberang dari pulau Jawa ke Pulau Sumatra, hal ini dikarenakan jarak tempuhnya yang hanya memakan waktu 120 menit, jika dibandingkan dengan menyeberang ke pulau Sumatra melalui pelabuhan Tanjung Priok yang bisa memakan waktu 8 Jam. Menurut *Corporate Secretary* PT ASDP Indonesia Ferry Persero (2020) Lintasan penyeberangan Merak-Bakauheni melalui Pelabuhan Merak memang seringkali mendapatkan perhatian utama dikarenakan memiliki permintaan

atau *demand* terbesar dan merupakan jalur tersibuk yang dikelola oleh PT ASDP Indonesia Ferry Lonjakan penumpang kerap kali terjadi pada waktu tertentu seperti Hari Raya Idul Fitri, Hari Raya Natal dan Tahun Baru.



Gambar 1.1 Jumlah Kendaraan & Penumpang di Pelabuhan Merak (H-7 hingga H-4 Lebaran 2020)

Sumber: Litbang Kompas (2020) dalam Databoks (2020)

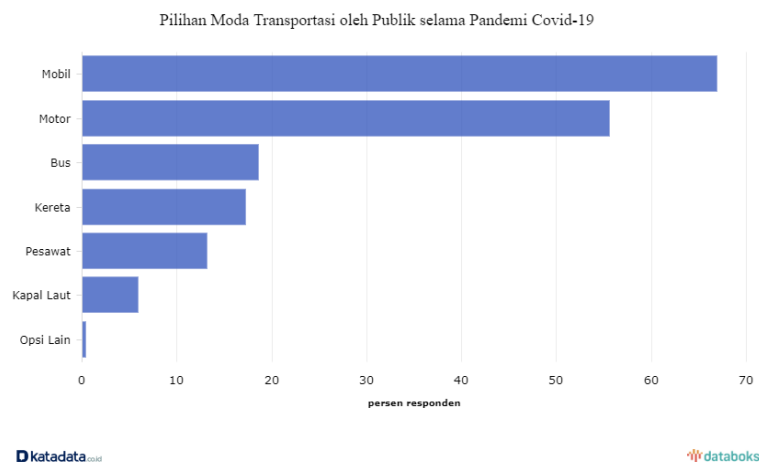
Berdasarkan data di atas pada H-7 perayaan Lebaran terdapat 2.767 penumpang yang dapat dirincikan menjadi: 16 motor, 608 mobil, 3 bus dan 1.490 truk kemudian angka ini bertambah pada H-4 Lebaran 2020, setidaknya terdapat 4.390 penumpang yang berada dalam kendaraan dan dapat dirincikan menjadi: 18 motor, 866 Mobil, 5 Bus, dan 2.333 truk.

Pada momen perayaan natal 2019 dan tahun baru 2020, H-6 atau 19 Desember 2019 hingga H+11 atau 6 Januari 2020 total penumpang mencapai 910.415 orang dengan total jumlah mobil pribadi sebanyak 102.177 unit. Peningkatan ini dipicu oleh keberadaan terminal eksekutif di Merak serta beroperasinya tol Trans Sumatra (Helmi, 2020).

Jumlah penumpang yang naik dari Pelabuhan Merak dalam rangka perayaan natal dan tahun baru 2020/2021 pada H-7 atau 18 Desember 2020 hingga H+1 atau 26 Desember 2020 sebanyak 337.074 orang dengan total

kendaraan 82.781 unit, dengan rincian kendaraan roda 2 sebanyak 12.543 unit dan kendaraan roda 4 (mobil kecil, bus dan truk/kendaraan besar) sebanyak 70.238 unit (Publik, 2020). Tingkat penurunan ini dipicu karena adanya pembatasan perjalanan orang dalam rangka percepatan penanganan *Corona Virus Disease 2019 (Covid-19)*.

Pandemi Covid-19 di Indonesia yang berlangsung sejak Maret 2020 memang sedikit banyak mempengaruhi beberapa industri, tak terkecuali industri transportasi. Kebijakan pembatasan sosial di sejumlah wilayah guna menekan angka penularan Covid-19, berdampak pada turunnya tingkat mobilitas masyarakat. Masyarakat kini cenderung menggunakan kendaraan pribadi agar bisa menjaga jarak dengan orang lain (Bayu, 2020).



**Gambar 1.2 Pilihan Moda Transportasi oleh Publik
selama Pandemi Covid-19 Periode 2020**

Sumber: Jakpat dalam Databoks.katadata.co.id (2021)

Jakpat melakukan survei mengenai pilihan moda transportasi oleh masyarakat selama pandemi Covid-19 terhadap 1.406 responden pengguna internet dan hanya 5,9% responden yang memilih kapal laut untuk

berpergian. Hal ini kemungkinan juga akan berimbas terhadap bisnis pelabuhan, dimana terjadi penurunan pelanggan karena pelanggan cenderung mengurangi mobilitas atau beralih ke kendaraan pribadi.

Untuk keberlangsungan bisnisnya, Pelabuhan Merak sebagai salah satu bisnis pelabuhan perlu memperhatikan loyalitas pelanggannya. Loyalitas pelanggan merupakan faktor penting bagi penyedia jasa, karena pelanggan yang loyal adalah aset yang berharga bagi perusahaan. Menurut Reynold dan Arnold dalam Yacob, Ali, Baptist, Nadzir & Morshidi (2016) Pelanggan yang loyal akan merasa bahwa mereka memiliki kewajiban dan tanggung jawab untuk bertahan dalam hubungan personal yang baik terhadap suatu merek pada saat yang baik atau sebaliknya. Untuk memastikan pelanggan tetap loyal, pelanggan harus merasa puas dengan kualitas layanan yang diberikan kepada mereka. Menurut Hong Tuang et al. dalam Sun & Duan (2019) loyalitas pelanggan bisa dicirikan oleh kombinasi dari patronase layanan yang tinggi dan kemauan yang tinggi untuk terus menggunakan.

Pelabuhan Merak merupakan penyedia jasa pelabuhan terbesar yang melayani rute Jawa ke Sumatra, sebenarnya pemerintah sudah menyediakan rute lain yaitu, rute penyeberangan Tol Laut yang menghubungkan Tanjung Priok – Pelabuhan Panjang Lampung. Namun rute ini dinilai masih sangat baru, kapal laut yang melayani penyebrangan masih terbatas jumlahnya dan juga tarif yang lebih mahal dibandingkan dengan Pelabuhan Merak, sehingga penumpang “dipaksa” untuk loyal kepada penyedia jasa

Pelabuhan Merak. Atas dasar ini, pelanggan cenderung memiliki tingkat loyalitas palsu, disebabkan oleh kurangnya alternatif. Namun, meskipun begitu karena kurangnya *attitudinal preference* yang dimiliki pelanggan, pelanggan masih memiliki kecenderungan untuk beralih ke penyedia jasa lain atau moda transportasi lainnya. Untuk itu faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas mereka perlu dinilai dan dikaji dengan baik (Sun & Duan, 2019)

Lebih lanjut menurut Jones dan Sasser dalam Sun & Duan (2019) di pasar dengan persaingan yang relatif kecil, memberikan nilai yang luar biasa kepada pelanggan merupakan satu-satunya cara untuk mencapai kepuasan dan loyalitas. Loyalitas palsu akan membuat pelanggan merasa setia padahal sebenarnya tidak, ketika mereka mulai bebas untuk membuat keputusan, mereka akan bertindak layaknya konsumen biasa di pasar persaingan bebas. Mereka akan benar-benar loyal apabila mereka merasa puas. Untuk itu peneliti merasa penting untuk melaksanakan penelitian mengenai anteseden loyalitas Pelabuhan Merak. Namun penulis menemukan beberapa permasalahan yang terkait dengan kualitas layanan Pelabuhan Merak.

Permasalahan kemacetan yang kerap kali terjadi dipelabuhan. Terdapat kebijakan baru yang ditetapkan oleh PT ASDP Indonesia Ferry mengenai *e- ticketing* yang berlaku sejak bulan Mei 2020, kebijakan ini mengharuskan pelanggan untuk melakukan *scan boarding pass* di pelabuhan melalui *QR Code* yang tersedia di e-tiket. Kebijakan baru ini

kerap kali mengakibatkan kemacetan dan penumpukan kendaraan di Pelabuhan Merak.

Pada Kamis 24 Desember pukul 03.00 WIB sampai 04.00 WIB terjadi kemacetan kendaraan memanjang hingga ke jalan Cikuasa Atas yang diakibatkan oleh sistem *barcode* tiket di Pelabuhan Merak sempat terhenti beroperasi (Yandhi, 2020). Hal ini membuat pelanggan harus menunggu hingga berjam-jam dan pelanggan juga merasa dipersulit untuk menyeberang ke Sumatra melalui Pelabuhan Merak.

Permasalahan selanjutnya adalah kelalaian petugas. Pada 16 Oktober 2020 seorang penumpang lansia tewas karena terjatuh dari jembatan pejalan kaki (*gang way*) di Dermaga 3 Pelabuhan Merak hal ini diakibatkan penumpang tidak mengetahui jika jembatan tidak menempel ke kapal dan petugas *ramp door* diketahui tidak melakukan pendampingan terhadap penumpang lansia (Toiskandar, 2020).

Dermaga eksekutif/dermaga 6 Pelabuhan Merak juga dinilai tidak memenuhi syarat eksekutif oleh Masyarakat Transportasi Indonesia (MTI), hal ini dilatarbelakangi oleh permasalahan layanan hingga waktu berlayar kapal (Iqbal, 2021). Selain itu, kualifikasi kapal yang tersedia di dermaga 6 Pelabuhan Merak juga dinilai tidak memenuhi syarat eksekutif (Yati, 2021).

Permasalahan mengenai kualitas layanan Pelabuhan Merak juga didukung oleh penelitian oleh Rahmat (2016) tentang Pelayanan Pelabuhan PT ASDP (Persero) Merak-Bakauheni, yang menunjukkan nilai sebesar 59% dari angka maksimal yang di hipotesiskan oleh peneliti yakni 60%.

Sehingga dapat diketahui bahwa pelanggan kurang puas dengan kualitas layanan Pelabuhan Merak, dengan indikator *responsiveness* sebagai indikator paling rendah, hal ini menunjukkan bahwa ketanggapan pegawai ASDP dalam memberikan pelayanan masih kurang maksimal.

Menurut Chang & Thai (2016) Kualitas layanan merupakan salah satu dimensi yang terpenting yang mengarah pada loyalitas pelanggan. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Haryanti & Susila (2019), Omoregie, Addae, Coffie, Ampong & Affori (2019), dan Rivai, Hady, Limakrisna & Nabiilurrahman (2020) menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Beberapa masalah yang terkait dengan kualitas layanan Pelabuhan Merak berpeluang untuk mempengaruhi kepercayaan pelanggan, hal ini didukung oleh Rizan et al. (2016) yang menyatakan bahwa faktor kualitas layanan berpengaruh terhadap kepercayaan pelanggan. Dalam artian untuk mendapatkan kepercayaan pelanggan, penyedia jasa perlu untuk memberikan pelayanan yang terbaik untuk pelanggan. Menurut Boonlertvanich (2019) kepercayaan merupakan faktor penting dalam peningkatan loyalitas pelanggan, karena kepercayaan mengarah kepada hubungan jangka panjang dan memperkuat hubungan antara pelanggan dengan penyedia jasa.

Aksi premanisme kerap kali terjadi di Pelabuhan Merak. Aksi premanisme tersebut meliputi perampokan dan calo yang tidak membuat nyaman pelanggan Pelabuhan Merak. Bahkan sejak tahun 2017, Kapolri

Jendral Tito Karnavian sudah memerintah Kapolres Cilegon untuk membersihkan Pelabuhan Merak dari aksi premanisme (Iqbal, 2017) Namun, hingga kini aksi premanisme ini masih sering terjadi di Pelabuhan Merak.

Hal ini dibuktikan dengan beberapa komentar pada akun sosial media milik PT ASDP Indonesia Ferry, yaitu:

1. Ditulis oleh akun Abi Ryamafi Bazar pada 1 April 2021. Mengatakan bahwa, disepanjang jalan menuju Pelabuhan Merak banyak kios yang berjualan tiket online, dan didepan loket banyak calo yang menawarkan tiket.
2. Ditulis oleh akun Kusuma Loka pada 06 Februari 2021. Mengatakan bahwa, Preman Pelabuhan Merak mencegatnya saat *fieldtrip* dengan 2 bus dan meminta uang Rp1.000.000,-.
3. Ditulis oleh akun Nirmala pada 19 Januari 2021. Mengatakan bahwa sang ayah dipaksa membeli tiket oleh calo, padahal ia sudah memiliki tiket. Lalu, sang ayah juga dituding pisau dan dompetnya juga diambil oleh calo tersebut.
4. Ditulis oleh akun Irsyad Hadi pada 21 November 2020. Mengatakan bahwa, akibat tidak tersedianya aplikasi Ferizy di *Apple Store*, dan ketika selesai mengunduh pun upaya *login* tetap gagal. Sehingga ia terpaksa untuk menggunakan jasa calo untuk membeli tiket.

Tindakan premanisme yang berlangsung sejak dahulu dan masih berlangsung hingga sekarang bisa menjadi kerugian bagi PT ASDP

Indonesia Ferry, karena tingkat kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan menurun.

Menurut Carranza, Diaz & Martin (2018) kepercayaan adalah anteseden dasar yang penting dari loyalitas: pelanggan menjadi loyal pada suatu merek sebagai akibat dari kepercayaan yang telah dibentuk, lebih lanjut loyalitas pelanggan terhadap sebuah organisasi dapat ditingkatkan karena adanya kepercayaan yang tercipta antara pelanggan dan penyedia layanan. Gul menekankan bahwa pelanggan bisa loyal terhadap jasa atau produk karena mereka pada dasarnya mempercayainya (Leninkumar, 2017)

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rizan et al. (2016), Omoregie et al. (2019), dan Rivai, Wibowo, Narmaditya & Prihandono (2020) menunjukkan adanya hubungan yang signifikan dan positif antara kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa kepercayaan konsumen berpotensi sebagai variabel mediasi. Peran kepercayaan pelanggan sebagai variabel mediasi dalam hubungan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan telah diuji pada penelitian di industri lain.

Muntoyi et al. (2016) kepercayaan pelanggan memediasi pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan dalam produsen buah segar, kepercayaan mempengaruhi nilai-nilai sosial antara produsen dan pembeli. Pada akhirnya dapat mempengaruhi dan meningkatkan keterikatan produsen dalam hubungan tersebut. Hal ini akan meningkatkan keuntungan bersama dan memperkuat keterlibatan jangka panjang. Osman dan Sentosa

(2013) juga mengungkapkan bahwa kepercayaan merupakan mediator antara kepuasan merupakan mediator antara kepuasan dan loyalitas pelanggan dalam industri pariwisata Malaysia. Loyalitas akan dipengaruhi secara positif ketika pelanggan yang puas memiliki kepercayaan pada suatu perusahaan (Haron et al., 2020).

Saputra et al. (2020) meneliti pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepercayaan pada donatur dompet dhuafa Riau, hasilnya menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan pada hubungan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepercayaan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin kualitas layanan yang diberikan organisasi maka kepercayaan pelanggan juga akan meningkat sehingga mempengaruhi pada loyalitas yang juga meningkat.

Selain itu, beberapa penelitian sebelumnya oleh Minrohayati et al. (2017) dan Carranza et al. (2018) menemukan bahwa kepercayaan pelanggan memiliki peran dalam memediasi hubungan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

Menurut Carranza et al. (2018) beberapa penelitian menyebutkan bahwa kepercayaan adalah hasil dari rasa puas progresif yang dirasakan oleh pelanggan terhadap produk atau jasa. Hal ini didukung dengan penelitian terdahulu oleh Darmawan (2018), Carranza et al. (2018) dan Haron et al. (2020) yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap kepercayaan.

Dalam penelitian Bearden dalam Setiawan, Kusumawati & Mawardi (2018) Kepuasan pelanggan merupakan inti dari konsep pemasaran dan sangat berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini didukung oleh penelitian oleh Omoregie et al. (2019) yang menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan mengarah kepada loyalitas pelanggan.

Menurut Ing, Zheng Lin, Xu & Thurasamy (2019) pelanggan yang merasa puas akan cenderung menggambarkan, perilaku seperti pembelian kembali, pencarian informasi, tahan terhadap peralihan dan menyebarkan *word of mouth* yang positif. Menurut Fatihudin & Firmansyah (2019:179) jika pelayanan tidak sesuai dengan harapan, maka pelanggan akan merasa kecewa dan besar kemungkinan untuk berpindah ke produk jasa pesaing. Sehingga pelanggan pun tidak loyal terhadap Pelabuhan Merak dan berpeluang berpindah ke penyedia jasa Pelabuhan lainnya.

Meskipun telah disebutkan bahwa Pelabuhan Merak merupakan pelabuhan tersibuk dan terpadat yang dikelola oleh PT ASDP Indonesia Ferry, nyatanya masih banyak sekali permasalahan yang terjadi di pelabuhan tersebut. Untuk itu peneliti merasa perlu untuk melakukan penelitian pada Pelabuhan Merak.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi Loyalitas Pelanggan adalah kualitas layanan, kepercayaan dan kepuasan pelanggan. Berdasarkan latar belakang, permasalahan dan penjelasan yang telah disampaikan sebelumnya, peneliti

tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Loyalitas Pelanggan terhadap Pelabuhan Merak”**.

1.2 Pertanyaan Penelitian

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan pelanggan?
2. Apakah kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan?
3. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan pelanggan?
4. Apakah kepuasan pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan?
5. Apakah kepercayaan pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan?
6. Apakah kepercayaan pelanggan memediasi pengaruh kualitas layanan secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan?
7. Apakah kepercayaan pelanggan memediasi pengaruh kepuasan pelanggan secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah dan juga pertanyaan penelitian, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji pengaruh kualitas layanan terhadap kepercayaan pelanggan Pelabuhan Merak.

2. Untuk menguji pengaruh antara kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan Pelabuhan Merak.
3. Untuk menguji pengaruh kepuasan pelanggan terhadap kepercayaan pelanggan Pelabuhan Merak.
4. Untuk menguji pengaruh antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Pelabuhan Merak.
5. Untuk menguji pengaruh antara kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Pelabuhan Merak.
6. Untuk menguji pengaruh antara kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan Pelabuhan Merak melalui kepercayaan pelanggan.
7. Untuk menguji pengaruh antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepercayaan pelanggan.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Segi Teoretis

Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat memberikan manfaat secara akademis kepada mahasiswa dan diharapkan dapat memberikan gambaran teoretis mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan, serta dapat digunakan untuk bahan rujukan penelitian yang selanjutnya.

2. Segi Praktis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan masukan atau rekomendasi bagi perusahaan PT ASDP Indonesia Ferry, maupun perusahaan lainnya khususnya dalam upaya peningkatan loyalitas

pelanggan yang ditinjau dari kualitas layanan, kepercayaan dan kepuasan
pelanggan