

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Memasuki era globalisasi, apabila membicarakan mengenai perekonomian dunia maka tidak akan terlepas dari kegiatan perdagangan. Perekonomian yang baik ditandai dengan semakin meningkatnya kegiatan perdagangan, baik perdagangan dalam negeri maupun perdagangan luar negeri, karena perdagangan mempunyai peranan yang sangat penting dalam menggerakkan roda perekonomian dunia. Kegiatan perdagangan yang semakin berkembang pesat, tidak hanya dalam negeri saja, tetapi telah meluas antar negara dan berkembang menjadi hubungan antar negara. Perkembangan tersebut dikarenakan semakin banyaknya kebutuhan manusia akan suatu barang. Selain itu faktor lain yang mendukung kegiatan perdagangan adalah semakin berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi.

Era baru yang kini makin membuka kesempatan kerjasama antar negara adalah integrasi ekonomi. Hal ini ditandai oleh maraknya kesepakatan integrasi bilateral, dimana dua dekade terakhir pesatnya perkembangan integrasi dan proliferasi integrasi ekonomi antar negara dan antar kawasan dunia antara lain melalui pembentukan APEC (*Asia Pasific Economic Cooperation*) dikawasan Asia Pasific, pada negara-negara ASEAN (*Association of Southeast Asian*

*Nation*). Integrasi ekonomi dilandasi konsep yang memberikan manfaat ekonomi bagi negara-negara anggota maupun non-anggota. Prinsip dasar integrasi ekonomi adalah mengurangi atau menghilangkan semua hambatan perdagangan di antara negara anggota dalam kawasan tertentu untuk dapat meningkatkan arus barang dan jasa dengan bebas ke luar masuk melintasi batas negara masing-masing anggota, sehingga volume perdagangan semakin tinggi. Peningkatan volume perdagangan ini mendorong peningkatan produksi, peningkatan efisiensi produksi, peningkatan kesempatan kerja, dan penurunan produksi sehingga dapat meningkatkan daya saing. Indonesia perlu mempersiapkan diri dalam menghadapi perdagangan dunia yang bebas. Keterbukaan informasi dan pasar bebas dunia yang diikuti dengan pembentukan kerjasama melalui regionalisasi kekuatan ekonomi adalah nuansa baru kemitraan masa depan. Untuk menyikapi gejala-gejala ini perlu adanya suatu pengaturan melalui strategi jangka panjang. Mitra dagang utama Indonesia adalah sebagian besar berasal dari kawasan APEC (*Asia Pasific Economic Cooperation*). Indonesia memiliki potensi untuk memanfaatkan pasar APEC (*Asia Pasific Economic Cooperation*) bagi ekspor maupun investasi. Meningkatnya jumlah ekspor impor serta sumber investasi asing Indonesia dari ekonomi-ekonomi APEC (*Asia Pasific Economic Cooperation*).

Ekspor dan Impor merupakan kegiatan yang mendukung terlaksananya perdagangan antar negara. Pengertian dari Ekspor sendiri adalah pengangkutan barang ke luar negeri atau keluar dari Pabean Indonesia. Sedangkan Impor adalah

proses transportasi barang atau komoditas dari suatu negara ke negara lain secara legal, umumnya dalam proses perdagangan. Transportasi merupakan salah satu mata rantai yang sangat vital dalam suatu kegiatan perekonomian pada suatu negara. Tanpa adanya transportasi sebagai sarana penunjang maka tidak dapat diharapkan tercapainya suatu hasil yang maksimum dan memuaskan bagi perkembangan ekonomi di negara tersebut.

Bisnis *Freight Forwarding* adalah satu usaha yang menyediakan bermacam-macam fungsi dan fasilitas untuk kegiatan ekspor impor barang. Bisnis utama dari *Freight Forwarding* adalah membeli jasa transportasi dari bermacam-macam pelayaran atau pemilik kapal (*Carrier*) dan membuat suatu rangkaian pengiriman (*Shipment*) dari beberapa pengirim barang (*Shipper*) dalam jumlah kecil maupun besar, ke tujuan tertentu dengan harga yang lebih murah. Oleh karena itu, adanya bisnis *Freight Forwarding* sangatlah membantu para eksportir dan importir demi mencapai dua tujuan sekaligus yaitu kepuasan konsumen (pengiriman barang pada kondisi, waktu dan tempat yang tepat) serta penghematan biaya (menghindari aktivitas dan biaya yang tidak perlu untuk menangani sendiri urusan cargo dan dokumen).

Bermunculan perusahaan-perusahaan baru pada bisnis jasa *Freight Forwarding*, terutama di kota-kota besar di Indonesia membuat konsumen memiliki banyak pilihan sebelum menentukan perusahaan jasa *Freight Forwarding* mana yang memiliki pelayanan lebih baik dibandingkan dengan kompetitor lain. Hal ini menciptakan persaingan dalam dunia usaha, karena

masuknya pesaing baru dari dalam maupun luar negeri untuk ikut berkompetisi di Indonesia. Meningkatnya persaingan menuntut perusahaan untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen serta berusaha memenuhi harapan konsumen dengan memberikan pelayanan terbaik agar tetap eksis di kancah persaingan bisnis.

PT. Orient Container Express adalah salah satu perusahaan yang menggeluti bisnis *International & Domestic Freight Forwarding* atau jasa pengurusan transportasi darat, laut, dan udara. PT. Orient Container Express didirikan dengan gagasan untuk menyediakan jasa logistik kelas dunia bertaraf internasional dengan tradisi pelaksanaan melalui perpaduan antara penerapan teknologi tinggi dengan mutu terbaik untuk dapat memenuhi semua kebutuhan pelanggan. PT. Orient Container Express dalam usahanya mempunyai kunci utama yaitu dengan memenuhi kebutuhan pengguna jasa melalui pelayanan terbaik sehingga memudahkan para pengguna jasa untuk dapat mengoperasikan bisnisnya secara efektif dan efisien.

Kualitas pelayanan merupakan unsur penunjang dalam melakukan kegiatan bisnis pada PT. Orient Container Express guna memberikan rasa puas bagi konsumen dan membuat konsumen melakukan pemakaian ulang jasa bahkan rutin menjadi konsumen yang loyal terhadap perusahaan. Dengan demikian, jika kualitas pelayanan yang diberikan dapat memenuhi harapan konsumen maka kepuasan akan dirasakan oleh konsumen. Namun sebaliknya, jika kualitas pelayanan yang diberikan kurang baik maka konsumen akan merasa tidak puas.

Hal ini dapat berimbas pada persepsi atau citra perusahaan dimata masyarakat pada umumnya dan dimata konsumen khususnya. Apabila konsumen merasa tidak puas maka dengan sendirinya akan menceritakan ketidakpuasannya kepada orang lain sebagai bentuk komplain. Sebaliknya, jika konsumen merasa puas maka mereka akan merekomendasikan kepada teman, saudara, atau kolega untuk menggunakan jasa tersebut. Berikut ini merupakan data penjualan PT. Orient Container Express :

**Tabel 1.1 Data Penjualan PT. Orient Container Express Jakarta**

<b>Periode</b>	<b>Penjualan (Rp)</b>	<b>Persentase (%)</b>
2010	8,258,366,146	15%
2011	9,557,324,923	17%
2012	10.742.213.591	19%
2013	13.680.266.695	25%
2014	13.382.729.157	24%

*Sumber : PT. Orient Container Express*

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa penjualan jasa pada tahun 2014 mengalami penurunan. Hal ini sangat mengkhawatirkan bagi perusahaan, karena banyaknya perusahaan dibidang yang sama membuat persaingan menjadi semakin ketat, baik dalam meningkatkan jumlah pelanggan maupun mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Salah satu perusahaan yang menjadi pesaing pada perusahaan *Freight Forwarding* adalah *Shipping Line* atau agent

pelayaran yang meliputi: PT. Hanjin Shipping (Hanjin), PT. NYK Line Indonesia (NYK), Hapag Lioyd Agency (Hapag), PT. Evergreen Shipping Agency Indonesia (Evergreen), PT. Pelayaran Tempuran Emas (Temas), PT. Salam Pacific Indonesia Line (SPIL), PT. Meratus Line (Meratus), Samudera Shipping Line (SSL). Dimana perusahaan pelayaran memiliki sarana dan prasarana angkutan atau armada sendiri. Beda halnya dengan perusahaan *Freight Forwarding* yang tidak memiliki armada sendiri tetapi hanya menawarkan jasaangkutannya saja. Perusahaan jasa *Freight Forwarding* berusaha untuk bertahan dalam persaingan pasar melalui kualitas jasa masing-masing.

Berdasarkan uraian diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : **“Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada *Freight Forwarding* PT. Orient Container Express Jakarta)”**.

## **B. Identifikasi & Pembatasan Masalah**

### **1. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan hasil survei penulis, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut:

- a. Ketatnya persaingan antar perusahaan, oleh karena itu perusahaan berusaha meningkatkan kualitas pelayanannya untuk menciptakan nilai positif dimata pelanggan.

- b. Sulitnya mendapatkan pelanggan yang baru, oleh karena itu perusahaan berusaha untuk meningkatkan jumlah pelanggan.
- c. Sulitnya mempertahankan pelanggan yang sudah ada, oleh karena itu perusahaan berusaha untuk tetap menjaga pelanggan untuk menjadi pelanggan yang loyal.
- d. Terjadinya penurunan volume penjualan jasa perusahaan, oleh karena itu perusahaan berusaha untuk meningkatkan volume penjualannya.

## 2. Pembatasan Masalah

Dalam penelitian ini, penulis membatasi masalah dengan melakukan penelitian untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan konsumen sebagai variabel intervening (Studi Kasus pada *Freight Forwarding* PT. Orient Container Express, Jakarta).

### C. Perumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi dan pembatasan masalah dalam penelitian ini, maka dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Orient Container Express Jakarta?
2. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Orient Container Express Jakarta?
3. Apakah ada pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Orient Container Express Jakarta?

4. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan konsumen sebagai variabel intervening pada PT. Orient Container Express Jakarta?

#### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Orient Container Express Jakarta.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Orient Container Express Jakarta.
3. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Orient Container Express Jakarta.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan konsumen sebagai variabel intervening pada PT. Orient Container Express Jakarta.
5. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan konsumen sebagai variabel intervening pada PT. Orient Container Express Jakarta.

## **E. Manfaat Penelitian**

Dalam rangka pelaksanaan penelitian tentunya suatu masalah disamping mempunyai tujuan tertentu diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan, diharapkan dapat menjadi informasi dan masukan penting bagi perusahaan dalam menjaga kualitas pelayanannya agar volume penjualan perusahaan meningkat.
2. Bagi penulis, merupakan tambahan pengetahuan dari dunia praktisi yang sangat bermanfaat dan sekaligus dapat melihat kenyataannya antara praktek lapangan dengan pengetahuan teoritis yang didapat dibangku perkuliahan.
3. Bagi pihak lain, kiranya dapat memberikan masukan sebagai bahan pustaka ataupun sebagai bahan referensi dan studi perbandingan untuk penelitian sejenis.

## **F. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan dilakukan agar dihasilkan penelitian yang lebih terarah dan terperinci.

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini menjelaskan mengenai latar belakang masalah, identifikasi & pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

## **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini menjelaskan mengenai tinjauan pustaka yang menguraikan teori-teori yang dianggap relevan sebagai landasan untuk penelitian, yang kemudian disusun kedalam uraian penelitian berupa kerangka pikir dan hipotesis.

## **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan mengenai tempat dan waktu penelitian, jenis dan sumber data, metode analisis data, teknik pengolahan data, dan definisi operasional variabel.

## **BAB IV GAMBAR UMUM OBYEK PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan mengenai sejarah perusahaan pada PT. Orient Container Express, struktur organisasi perusahaan pada PT. Orient Container Express, profil dan karakteristik responden.

## **BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menjelaskan mengenai hasil pengolahan data dan interpretasi hasil baik secara deskriptif maupun pengujian hipotesis yang telah diajukan sebelumnya.

## **BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini menjelaskan mengenai hasil penelitian secara singkat, yang berasal dari hasil pembahasan atau pengolahan data, dan saran yang berisi sebagai solusi yang bersifat konkrit terhadap hasil penelitian.