

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kondisi Indonesia yang merupakan negara maritim, yaitu negara yang berada dalam wilayah teritorial laut yang luas. Kegiatan untuk mengadakan transportasi penumpang dan barang adalah hal yang sangat penting untuk menghubungkan antar pulau, maka perlu adanya pelabuhan (Ganda et al., 2019). Pulau Madura yang merupakan bagian dari Jawa Timur dalam pemerintahan. Meskipun Pulau Madura memiliki banyak penduduk, tetapi ketersediaan lapangan kerja sangat sedikit karena tanahnya yang kering dan kurang subur, karena situasi ini orang-orang Madura bermigrasi ke Pulau Jawa untuk mendapatkan penghasilan dalam menjalani kehidupan sehari-hari. Adanya pelabuhan penyeberangan membantu masyarakat Madura dalam migrasi dan memenuhi kebutuhan transportasi untuk menyeberang ke Pulau Jawa (Jannah, 2016).

Pada awalnya, pelabuhan hanyalah suatu tepian di mana kapal dan perahu dapat merapat dan membuang jangkar untuk melakukan bongkar muat barang, menaik turunkan penumpang, dan aktivitas lainnya. Kebutuhan akan pakaian, makanan, dan fasilitas lainnya meningkat seiring dengan pertumbuhan kehidupan sosial dan ekonomi penduduk suatu wilayah atau negara. Jika produksi hasil bumi dan industri meningkat di suatu wilayah, produk harus ditransfer atau dipasarkan ke wilayah lain. Akibatnya, sarana transportasi yang lebih baik diperlukan. Kapal-kapal yang awalnya sederhana dan kecil berkembang menjadi kapal-kapal besar yang memiliki teknologi yang lebih canggih. Pelabuhan sebagai sarana transportasi laut juga berkembang seiring dengan itu (Jannah, 2016).

Pelabuhan Kamal di Kecamatan Kamal Kabupaten Bangkalan merupakan pintu gerbang utama masyarakat Madura. PT. ASDP Indonesia Ferry (Persero) mengelola pelabuhan yang berdiri sejak zaman Hindia-Belanda. Pelabuhan penyeberangan Ujung Surabaya-Kamal Madura merupakan pelabuhan penyeberangan terpadat di Indonesia dan bahkan terpadat di Asia Tenggara. Ini dapat mengangkut 30.000 penumpang dari Ujung Surabaya ke Kamal Madura dalam satu hari (sebelum jembatan Suramadu dibuka) (Jannah, 2016).

Di masa lalu, pelabuhan ini sangat menguntungkan dan berkinerja baik, namun karena kondisi penumpang yang semakin menurun, ada masalah dengan strategi pembiayaan (Ganda et al., 2019). Penumpang yang semakin menurun disebabkan karena pada Juni 2009 dibangunlah jembatan Suramadu yang menghubungkan antara Madura dengan Surabaya, pengguna jembatan Suramadu dari tahun dibukanya hingga tahun 2013 terus mengalami peningkatan, tahun 2011 kendaraan roda 2 berjumlah 4.842.140 unit, pada tahun 2013 terjadi kenaikan menjadi 5.326.317 unit. Sebagai akibat dari keberadaan jembatan Suramadu, pelabuhan Kamal mengalami penurunan jumlah penumpang yang melintasi kapal feri. Penurunan jumlah penumpang seperti yang terjadi pada tahun 2011 berjumlah 1.796.316 jiwa, pada tahun 2013 mengalami penurunan jumlah penumpang kapal feri menjadi 1.204.838 jiwa (Haqqi & Utami, 2016). Berdasarkan kondisi tersebut ASDP Kamal mengalami kerugian yang sangat besar. Namun kerugian tersebut tidak akan menjadi masalah apabila yang menyediakan jasa tersebut adalah pemerintah yang bertujuan untuk menyediakan jasa dan barang publik untuk kepentingan masyarakatnya (Ganda et al., 2019).

Walaupun tidak akan menjadi masalah apabila yang menyediakan jasa adalah pemerintah yang bertujuan untuk menyediakan jasa dan barang publik untuk kepentingan masyarakatnya, namun memiliki pelanggan tetap merupakan hal yang penting untuk diperhatikan oleh perusahaan untuk mempertahankan keberlangsungan perusahaan. Mempertahankan pelanggan berarti mengharapakan pelanggan melakukan pembelian ulang atas produk maupun jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul sewaktu-waktu (Sembiring et al., 2014). Sehingga, menjaga kepuasan pelanggan merupakan hal penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan. Definisi puas berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah merasa senang (lega, gembira, kenyang, dan sebagainya karena sudah terpenuhi hasrat hatinya). Sedangkan definisi kepuasan adalah perihal (yang bersifat) puas, kesenangan, kelegaan, dan sebagainya.

Sebagaimana yang dinyatakan Ikhsan (2022) dalam penelitiannya tentang kualitas pelayanan pada serambi kopi, yang mana semakin banyaknya pesaing serambi kopi ini terus melakukan pembenahan sarana prasarana, bahan baku, dan

sumber daya manusia. Hal tersebut dilakukan untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Dengan terciptanya kepuasan konsumen diharapkan Serambi Kopi dapat bersaing serta unggul dibanding kompetitornya. Pernyataan tersebut menunjukkan betapa pentingnya memperhatikan kepuasan pelanggan, sebagai usaha dalam mempertahankan suatu perusahaan.

Menurut Kotler (2009) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kenyataan yang diperoleh dengan harapan mereka. Rasa puas atau kepuasan yang tinggi membentuk ikatan emosional dengan merek atau perusahaan yang bersangkutan. Berdasarkan pendapat tersebut, jelas bahwa kepuasan pelanggan terkait erat dengan dua hal yaitu harapan pelanggan dan hasil yang diterima. Kepuasan pelanggan terbentuk selama masa pembelian, selama pengalaman menggunakan produk atau jasa, dan selama masa setelah pembelian. Kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai kesesuaian antara apa yang diharapkan dari layanan dengan apa yang sebenarnya terjadi. Pelanggan yang merasa puas pada produk akan kembali membeli atau menggunakan produk yang ditawarkan.

Tingkat kepuasan dapat didefinisikan sebagai fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dan harapan. Jika kinerja, khususnya kinerja pelayanan dan hal-hal lainnya di bawah harapan, maka pelanggan akan tidak puas. Sebaliknya, jika kinerja sesuai harapan, maka pelanggan akan mengungkapkan rasa kepuasannya, dan jika kinerja melebihi harapan, pelanggan akan sangat puas. Kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh pengalaman masa lalu, komentar dari kerabat, janji dan informasi perusahaan dari berbagai media. Pelanggan yang puas akan lebih setia, kurang sensitif terhadap harga, dan memberi ulasan yang baik tentang perusahaan (Maulana, 2016).

Kriteria untuk menilai kualitas produk dan layanan adalah kepuasan pelanggan, maka kepuasan mereka bergantung pada kualitas produk dan layanan yang disediakan oleh perusahaan. Kepuasan pelanggan biasanya menghasilkan persepsi yang kompleks terkait dengan ekspektasi pelanggan, yang ditentukan oleh faktor kualitas objektif dan interaksi subjektif yang mempengaruhi pengalaman pelanggan saat mereka membeli atau menggunakan produk atau layanan tersebut

(Zakaria & Suwitho, 2017). Tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan hasil atau kinerja yang dirasakan dengan harapannya disebut kepuasan. Rohaeni dan Marwa (2018) menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang dalam perbandingan antara kesannya terhadap tingkat kinerja produk dan jasa yang sebenarnya atau nyata dengan kinerja sesuai harapan (Rohaeni & Marwa, 2018). Menurut Tjiptono (2012) kepuasan pelanggan relatif atau bergantung pada harapan pelanggan, bukan konsep absolut. Ini adalah tentang bagaimana pelanggan menilai perbedaan antara kinerja produk yang sebenarnya dan harapan awal mereka sebelum pembelian (atau standar kinerja lainnya) (Tjiptono, 2012). Kebanyakan perusahaan mengutamakan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan pelanggan setelah membandingkan apa yang mereka dapatkan dengan apa yang mereka harapkan (Purnamasari, 2015).

Sugiarto dan Yuniati (2015) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu jasa yang dirasakan (*perceived service*) dan pelayanan yang diharapkan (*expected service*). Jika pelayanan yang diterima sesuai dengan harapan, maka kualitas pelayanan dianggap baik dan memuaskan. Namun, jika pelayanan melebihi harapan pelanggan, maka itu dianggap sebagai kualitas pelayanan yang ideal. Sebaliknya, jika layanan yang diterima kurang dari yang diharapkan, kualitas layanan akan dianggap buruk. Oleh karena itu, baik buruknya kualitas pelayanan sangat bergantung pada kemampuan penyedia layanan dalam memenuhi harapan pelanggan secara konsisten. Pada penelitian yang dilakukan oleh Sugiarto dan Yuniati (2015) tentang pengaruh persepsi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan yang berbelanja di Alfamidi Wisma Tropodo Sidoarjo menunjukkan bahwa variabel persepsi kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan, yang artinya semakin baik persepsi kualitas pelayanan pegawai yang diberikan kepada pelanggan ketika berbelanja di Alfamidi Wisma Tropodo Sidoarjo, maka semakin meningkatkan kepuasan pelanggan (Sugiarto & Yuniati, 2015).

Zeithaml et al. (2009) mengatakan bahwa kepuasan pelanggan tidak terbatas pada penilaian kualitas pelayanan. Ada banyak faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan, termasuk persepsi pelanggan tentang kualitas produk, harga, situasi, dan

faktor pribadi (Zeithaml et al., 2009). Kepuasan pelanggan adalah sebuah evaluasi awal dan kinerja aktual dari jasa pelayanan yang dipersepsikan setelah memperoleh layanan dan pengalaman layanan tersebut, dijelaskan juga oleh Hidayat dan Setiawardani bahwa kepuasan konsumen dapat terpenuhi melalui kualitas pelayanan. Pentingnya pelayanan yang menjadi faktor kesenangan dan kepuasan pelanggan (Hermanto, 2019).

Kualitas pelayanan menurut Tjiptono (2012) dapat diukur dengan lima dimensi sesuai dengan urutan derajat kepentingan relatifnya, yaitu keandalan, jaminan, bukti fisik, empati dan daya tanggap. Pelayanan yang baik tidak hanya berperan penting dalam menciptakan keuntungan bagi perusahaan, tetapi juga berperan penting dalam membentuk kepuasan pelanggan. Pelanggan akan lebih puas dengan perusahaan yang menawarkan layanan yang lebih baik

Dimensi yang dapat digunakan untuk menentukan kualitas pelayanan dijelaskan dalam penelitian (Ruslim & Rahardjo, 2016) yaitu diantaranya : (1) Tampilan Elemen Fisik/Berwujud (*Tangible*), (2) Keandalan (*Reliability*), (3) Daya Tanggap (*Responsiveness*), (4) Jaminan/Keyakinan (*Assurance*), dan (5) Empati (*Emphaty*) (Sasongko, 2021). Standar pelayanan dapat didefinisikan oleh pelanggan yang telah merasakan pelayanan, perasaan dan pengalaman mereka berdasarkan Abdullah dan Rozario yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan dipengaruhi oleh harapan, kualitas proses, dan kualitas output. Juga dikatakan “*service quality also determines a customer’s satisfaction*”, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dapat menentukan kepuasan pelanggan.

Ketika kualitas memenuhi dan melebihi harapan, keinginan, dan kebutuhan pelanggan, kepuasan tercapai. Jika kualitas tidak memenuhi dan melebihi harapan, keinginan, dan kebutuhan pelanggan, kepuasan tidak tercapai (Marindi & Nurwidawati, 2015). Perusahaan harus terus memperbaiki kualitas pelayanannya. Seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan tentang layanan yang mereka terima dapat diukur sebagai kualitas pelayanan, yang dapat direfleksikan melalui perilaku pelanggan terhadap barang atau jasa yang ditawarkan (Pulukadang et al., 2021).

Berdasarkan hasil pada penelitian yang dilakukan oleh Marnovita (2020) yang mana terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan di PT. PLN (Persero) Area Kota Samarinda. Temuan ini menunjukkan bahwa penilaian positif terhadap pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan pelanggan berkontribusi pada kepuasan mereka. Sebaliknya, jika pelayanan yang diterima tidak memenuhi ekspektasi pelanggan, hal tersebut menyebabkan ketidakpuasan. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Maulana (2016) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan PT. TOI” menunjukan bahwa setiap kenaikan tingkat kualitas pelayanan maka akan berpengaruh juga pada kenaikan tingkat kepuasan konsumen, dan kuatnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun. Kualitas pelayanan menurut Ikhsan (2022) adalah kemampuan suatu perusahaan untuk memberikan layanan yang memberikan dampak langsung terhadap kepuasan pelanggan sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya. Meskipun layanan tidak berwujud, namun kualitas layanan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan karena interaksi yang baik antara pelanggan dan perusahaan. Kualitas layanan bergantung pada kemampuan perusahaan untuk memenuhi harapan pelanggan dan memenuhi kebutuhan pelanggan.

Pelayanan adalah perbuatan seseorang atau organisasi untuk membuat pelanggan, sesama karyawan, dan pimpinan merasakan kepuasan. Kualitas pelayanan juga merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk memberikan layanan berkualitas tinggi dibandingkan dengan pesaingnya (Sudana et al., 2021).

Sehingga dari uraian-uraian di atas menunjukkan bahwa betapa pentingnya memperbaiki kualitas pelayanan yang memenuhi atau bahkan melebihi harapan dari pelanggan, untuk tetap mempertahankan pelanggan, terutama bagi perusahaan jasa. Salah satunya PT. ASDP Indonesia Ferry (Persero) atau ASDP adalah BUMN yang bergerak dalam bisnis jasa penyeberangan dan pelabuhan terintegrasi dan tujuan wisata *waterfront*. ASDP menjalankan armada ferry sebanyak lebih dari 226 unit kapal yang menangani lebih dari 307 rute dan 36 pelabuhan di seluruh

Indonesia dan mengembangkan bisnis lainnya terkait dengan pengembangan kawasan pelabuhan, seperti *Bakauheni Harbour City* di Provinsi Lampung dan Kawasan Marina Labuan Bajo di Nusa Tenggara Timur (<https://www.asdp.id/sekilas-asdp>).

Pada kanal youtube KILASMALUKU. yang menggambarkan bagaimana kondisi dermaga ferry poka setelah berhenti beroperasi sejak pertengahan 2016 setelah pada April 2016 diresmikannya jembatan merah putih. Pelabuhan poka ini telah beroperasi sejak 1979, sebelum ditutup pelabuhan poka sempat mengalami lonjakan penumpang hingga ASDP operasikan tiga armada ferry (<https://youtu.be/ISYzJqH2-K8?si=mQ-aoEkrGtOSNf19>). Maka peneliti memilih untuk melakukan penelitian pada pelabuhan Kamal usaha untuk tetap mempertahankan pelanggan dengan cara memperhatikan kepuasan pelanggan, agar tidak mengalami penurunan yang drastis hingga ditutup seperti pelabuhan poka.

Data penumpang pada pelabuhan Kamal seperti pada kanal berita *ANTARA News* yang dijelaskan oleh *Corporate Secretary* PT. ASDP Indonesia Ferry (Persero) Shelvy Arifin data ASDP menunjukkan bahwa pada tahun 2022, sebanyak 246.557 orang dan 259.172 kendaraan menyeberang dari Pelabuhan Ujung, dengan 247.086 kendaraan roda 2 dan 12.086 kendaraan roda 4. Sementara, pada tahun 2022, sebanyak 248.040 orang dan 272.526 kendaraan menyeberang dari Pelabuhan Kamal, dengan 259.349 kendaraan roda dua dan 13.177 kendaraan roda empat. Selanjutnya, dari Januari hingga Agustus 2023, ada 170.062 orang yang menyeberang dari Pelabuhan Ujung dengan 133.091 kendaraan, dengan 124.935 kendaraan roda dua dan 8.156 kendaraan roda 4. Sebaliknya, dari Januari hingga Agustus 2023, sebanyak 165.171 orang menyeberang dari Pelabuhan Kamal, dengan 144.028 kendaraan, terdiri dari 134.967 kendaraan roda 2 dan 9.061 kendaraan roda 4 (<https://www.antaranews.com/berita/3736179/pt-asdp-melayani-reservasi-tiket-daring-di-pelabuhan-ujung-dan-kamal>).

Selanjutnya berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan informan Slamet Imam Mujiono sebagai *supervisor* ASDP Kamal Bangkalan, yaitu :

Proses pembelian tiket di Pelabuhan Kamal mengalami perubahan. Awalnya, orang dapat membeli tiket secara langsung di loket dengan menggunakan *cashless* atau uang elektronik (*e-money*), tetapi pada sekitar

bulan September tahun 2023, mereka beralih ke pemesanan melalui internet di <https://www.ferizy.com>. Harga tiket di Pelabuhan Kamal juga naik karena kenaikan harga BBM. Harga tiket di Pelabuhan Kamal naik setiap tahunnya sesuai dengan harga BBM. Namun, tahun-tahun sebelum ini belum mengalami kenaikan karena *covid-19* sehingga mengalami kenaikan yang lumayan tinggi dan mendadak, setelah beberapa perubahan tersebut Pelabuhan Kamal mengalami penurunan penumpang dari yang setiap harinya terdapat penumpang kurang lebih sekitar 70 orang turun menjadi kurang lebih 40 orang. (Wawancara, 24 April 2024).

Berdasarkan hal tersebut perlu adanya perbaikan pelayanan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan pengguna jasa penyeberangan Pelabuhan Kamal, salah satunya dengan memenuhi standar pelayanan. Standar pelayanan adalah pedoman penyelenggaraan dan acuan penilaian kualitas pelayanan, sehingga untuk memberikan layanan yang berkualitas, cepat, mudah, terjangkau, dan terukur, penyelenggara harus mematuhi standar pelayanan (Hidayat, 2022). Peraturan Menteri Perhubungan (Permenhub) Nomor PM. 62 Tahun 2019 tentang Standar Pelayanan Penumpang Minimal Angkutan Penyeberangan adalah salah satu peraturan pemerintah yang dikeluarkan dalam hal untuk memberikan pelayanan dengan aspek keselamatan, keamanan, kenyamanan, kemudahan, dan kesetaraan. Selanjutnya apakah pelayanan yang diberikan oleh Pelabuhan Kamal sudah sesuai dengan standar pelayanan, dan apakah dapat sesuai atau bahkan memenuhi harapan dari penumpangnya, hal tersebut perlu karena untuk mempertahankan jumlah penumpang.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka peneliti ingin mengetahui apakah ada hubungan antara persepsi kualitas pelayanan dari pelanggan terhadap kepuasan mereka dalam penggunaan jasa penyeberangan pelabuhan Kamal-Bangkalan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas rumusan masalah pada penelitian ini yaitu apakah ada Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan Pelabuhan Kamal-Bangkalan Terhadap Kepuasan Pelanggan.

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini yaitu untuk menguji Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan Pelabuhan Kamal-Bangkalan Terhadap Kepuasan Pelanggan.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini yaitu :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperbanyak penelitian-penelitian yang sejenis, khususnya penelitian yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan dan pengalaman penelitian secara langsung.
- b. Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat membantu memberikan informasi terkait kepuasan pelanggan untuk membantu perusahaan mempertahankan atau bahkan menambah pelanggan bagi perkembangan perusahaannya.
- c. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi penelitian yang sama kedepannya, serta diharapkan penelitian ini dapat dikembangkan dengan lebih baik kedepannya.