

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam era globalisasi dan mobilitas tinggi saat ini, transportasi laut memiliki peranan yang sangat penting dalam menunjang mobilitas masyarakat Indonesia yang terdiri dari ribuan pulau, baik pulau kecil maupun pulau besar yang 70% wilayahnya didominasi oleh laut. Sebagai negara kepulauan transportasi laut menjadi sarana untuk menghubungkan wilayah-wilayah yang tersebar baik untuk pergerakan manusia maupun distribusi barang. Keberadaan transportasi laut tidak hanya berfungsi sebagai moda transportasi, tetapi juga sebagai sarana strategis dalam mendukung pemerataan pembangunan, memperlancar arus logistik, serta menjaga konektivitas nasional.

Didirikan sejak tahun 1952, PT Pelayaran Nasional Indonesia (Persero) merupakan salah satu perusahaan pelayaran milik negara yang memiliki peran penting dalam menyediakan layanan transportasi laut yang menghubungkan pulau-pulau besar dan kecil, termasuk wilayah Kepulauan Riau yang wilayahnya 96% didominasi oleh lautan, sementara sisanya sekitar 4% adalah daratan yang terdiri dari 2.408 pulau besar dan kecil.

Pada Cabang Tanjungpinang PT PELNI (Persero) yang melayani rute-rute vital seperti Tanjungpinang-Tanjung Priok, menerapkan standar layanan yang ketat, termasuk ketentuan bagasi dan tarifnya. Tarif bagasi merupakan biaya tambahan yang dikenakan kepada penumpang apabila berat atau volume bagasi melebihi batas maksimum yang ditetapkan oleh perusahaan, Setiap penumpang

memperoleh jatah bagasi gratis dengan berat maksimum 40 kg, volume maksimum $0,1 \text{ m}^3$, dan dimensi maksimum $70 \times 40 \times 35 \text{ cm}$. Jika bagasi melebihi ketentuan tersebut, penumpang akan dikenakan tarif bagasi sesuai dengan ketentuan tarif resmi yang ditetapkan (PT PELNI (Persero), 2022).

Tabel 1. 1
Tarif Harga Overbagasi Kapal Penumpang

No	Rute	Kapal	Tarif Harga Per Kg
1	Kijang-Letung	KM Bukit Raya	7.000
2	Kijang-Tarempa	KM Bukit Raya	7.000
3	Kijang-Natuna	KM Bukit Raya	9.000
4	Kijang-Midai	KM Bukit Raya	9.000
5	Kijang-Serasan	KM Bukit Raya	11.000
6	Kijang-Pontianak	KM Bukit Raya	13.000
7	Kijang-Surabaya	KM Bukit Raya	16.000
8	Kijang-Belinyu	KM Bukit Raya	7.000
9	Kijang-Tg. Priok	KM Bukit Raya	11.000
10	Kijang-Tg. Priok	KM Tidar	11.000
11	Kijang-Surabaya	KM Tidar	16.000
12	Kijang-Makassar	KM Tidar	22.000
13	Kijang-Bau-Bau	KM Tidar	25.000
14	Kijang-Maumere	KM Tidar	27.000
15	Kijang-Larantuka	KM Tidar	28.000
16	Kijang-Lewoleba	KM Tidar	29.000
17	Kijang-Kupang	KM Tidar	30.000

Sumber: PT PELNI (Persero) Cabang Tanjungpinang (2025)

Dari tabel 1.1 dapat dilihat bahwa besaran tarif overbagasi bervariasi sesuai dengan jarak rute dan jenis kapal yang digunakan. misalnya, untuk rute Kijang-Letung dan Kijang-Tarempa dengan kapal KM Bukit Raya, tarif overbagasi ditetapkan sebesar Rp7.000 per kilogram. Sementara itu, untuk rute dengan jarak yang lebih jauh seperti Kijang-Pontianak dan Kijang-Tanjung Priok tarifnya mencapai Rp13.000 hingga Rp16.000 per kilogram. adapun rute terjauh

seperti Kijang–Kupang yang dilayani oleh KM Tidar dikenakan tarif tertinggi, yakni Rp30.000 per kilogram.

Kebijakan tarif bagasi yang diterapkan oleh PT PELNI (Persero) Cabang Tanjungpinang masih menimbulkan persoalan di kalangan penumpang. Berdasarkan hasil pra-survei (2025) , sebagian besar penumpang tidak mengetahui tarif overbagasi maupun batas bagasi gratis yang berlaku. Ketidaktahuan ini membuat penumpang cenderung menganggap tarif kelebihan bagasi memberatkan, meskipun beberapa penumpang yang mengetahui informasi tarif menilai tarif tersebut masih wajar. Kurangnya sosialisasi dan penyampaian informasi mengenai tarif bagasi menjadi faktor utama munculnya persepsi negatif tersebut. Informasi mengenai ketentuan bagasi, baik batas maksimal bagasi gratis maupun besaran tarif overbagasi, belum tersampaikan dengan efektif, baik melalui petugas, media pengumuman, maupun media digital seperti Instagram resmi PT PELNI (Persero), yang hingga kini belum menampilkan pembaruan tarif terbaru.

Hasil pra-survei (2025) menunjukkan bahwa informasi tarif yang tidak konsisten dan tidak diperbarui menyebabkan penumpang kesulitan memperoleh informasi yang akurat, sehingga muncul anggapan bahwa tarif bagasi bersifat tidak transparan.

Kondisi ini turut memicu kebingungan dan perdebatan kecil antara penumpang dan petugas saat proses pemeriksaan bagasi. Walaupun pelayanan petugas secara umum dinilai baik, ketidakjelasan informasi tarif menghambat pemahaman penumpang terhadap mekanisme penimbangan dan perhitungan tarif kelebihan bagasi. Situasi ini berdampak pada persepsi ketidakadilan serta dapat

menurunkan tingkat kepuasan penumpang terhadap layanan bagasi PT PELNI (Persero) Cabang Tanjungpinang.

Dalam konteks persaingan industri pelayaran nasional, PT PELNI (Persero) tidak berdiri sendiri dalam melayani kebutuhan transportasi laut masyarakat Indonesia. Di wilayah Kepulauan Riau, misalnya, terdapat beberapa pesaing utama seperti PT ASDP Indonesia Ferry (Persero) yang berfokus pada layanan penyeberangan antar-pulau dengan tarif yang kompetitif dan frekuensi keberangkatan tinggi, serta perusahaan swasta seperti MV Bahari Express, Marina, dan VOC Batavia yang menawarkan layanan kapal cepat dengan waktu tempuh lebih singkat dan sistem pemesanan tiket berbasis digital.

Selain tarif, Kualitas layanan pada proses pemeriksaan bagasi PT PELNI (Persero) Cabang Tanjungpinang pada umumnya dinilai baik oleh penumpang. Berdasarkan hasil pra-survei (2025), mayoritas penumpang menilai petugas layanan bagasi ramah, tanggap, dan profesional, terutama dalam membantu proses penimbangan dan verifikasi bagasi. Sikap petugas yang kooperatif menjadi aspek yang diapresiasi penumpang dan berkontribusi positif terhadap pengalaman perjalanan.

Namun demikian, pra-survei (2025) juga menemukan bahwa konsistensi pelayanan masih perlu ditingkatkan, terutama pada saat kondisi pelabuhan ramai. Beberapa penumpang menyampaikan adanya ketidaksiapan koordinasi petugas dalam menangani antrian atau pertanyaan terkait aturan bagasi. Selain itu, penanganan keluhan penumpang dinilai masih kurang jelas sehingga penumpang yang membutuhkan penjelasan tambahan sering kali tidak mendapatkan jawaban

yang memadai. Kekurangan dalam proses penyampaian informasi juga memengaruhi persepsi kualitas layanan. Pra-survei (2025) menunjukkan bahwa kurangnya pemahaman penumpang mengenai aturan bagasi bukan semata-mata akibat tarif, tetapi juga karena petugas belum menyampaikan informasi secara komprehensif dan seragam. Ketidakkonsistenan informasi tersebut kemudian menimbulkan kebingungan, yang berpengaruh pada persepsi penumpang terhadap kualitas pelayanan secara keseluruhan. Dengan demikian, meskipun kualitas layanan dinilai cukup baik, terdapat aspek yang perlu diperbaiki, terutama terkait koordinasi, kejelasan informasi, dan penanganan keluhan, agar kepuasan penumpang terhadap layanan bagasi dapat meningkat secara optimal.

Dari sisi *Customer Relationship Marketing* (CRM), PT PELNI (Persero) Cabang Tanjungpinang masih menghadapi beberapa kendala terutama dalam aspek komunikasi dan penyampaian informasi. Berdasarkan hasil pra-survei (2025), sebagian besar penumpang menyatakan bahwa informasi mengenai tarif overbagasi dan aturan bagasi belum tersampaikan dengan baik melalui petugas, maupun media informasi lainnya. Ketidakteraturan dalam penyampaian informasi menyebabkan penumpang merasa tidak mendapatkan perhatian yang memadai dari pihak perusahaan. Kurangnya efektivitas komunikasi dua arah menjadi salah satu faktor lemahnya CRM. Penumpang yang membutuhkan informasi tambahan sering merasa kesulitan mencari petugas yang dapat memberikan penjelasan rinci. Hasil pra-survei (2025) menunjukkan bahwa penumpang yang memperoleh informasi lengkap cenderung merasa puas, sementara mereka yang tidak mendapat informasi memadai merasa bingung dan kurang dilibatkan dalam proses

pelayanan. Selain itu, minimnya pembaruan informasi pada media digital, seperti Instagram resmi PT PELNI (Persero) Cabang Tanjungpinang, membuat penumpang tidak mendapatkan akses terhadap tarif yang terbaru. Kondisi ini memperlemah hubungan emosional dan kepercayaan antara perusahaan dengan penumpang, karena penumpang menilai perusahaan kurang memperhatikan kebutuhan mereka terhadap informasi yang jelas dan akurat.

Secara keseluruhan, fenomena ini menunjukkan bahwa CRM PT PELNI (Persero) Cabang Tanjungpinang masih perlu ditingkatkan, khususnya dalam aspek kejelasan komunikasi, keterlibatan pelanggan, pembaruan informasi, dan respons terhadap kebutuhan penumpang agar hubungan antara perusahaan dan pelanggan dapat terbentuk dengan lebih kuat dan meningkatkan kepuasan penumpang.

Berdasarkan uraian sebelumnya, terdapat kesenjangan antara kebijakan tarif dan layanan bagasi PT PELNI (Persero) Cabang Tanjungpinang dengan pemahaman penumpang, sehingga memengaruhi tingkat kepuasan mereka. Hasil pra-survei (2025) menunjukkan bahwa sebagian penumpang merasa tarif kelebihan bagasi terlalu tinggi dan sebagian lainnya tidak mengetahui ketentuan tarif maupun batas bagasi gratis. Di sisi lain, mayoritas penumpang menilai pelayanan petugas sudah baik, meskipun penyampaian informasi dan komunikasi mengenai aturan bagasi masih belum efektif. Temuan ini menegaskan bahwa tarif bagasi, kualitas layanan, dan *customer relationship marketing* (CRM) menjadi faktor penting yang memengaruhi kepuasan penumpang. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan dengan judul **“Pengaruh Tarif Bagasi, Kualitas**

Layanan, dan *Customer Relationship Marketing* terhadap Kepuasan Penumpang pada Layanan Bagasi PT PELNI (Persero) Cabang Tanjungpinang.”

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Banyak penumpang tidak mengetahui batas bagasi gratis dan tarif overbagasi, karena Informasi batas bagasi gratis dan tarif over bagasi belum tersosialisasi secara efektif, baik melalui petugas, media digital, maupun media resmi lainnya. sehingga menimbulkan persepsi bahwa tarif kelebihan bagasi tinggi dan tidak transparan.
2. Kualitas layanan petugas belum konsisten, terutama ketika volume penumpang tinggi. Hal ini terjadi karena proses koordinasi antarpetugas belum sepenuhnya efisien dan informasi mengenai aturan bagasi tidak selalu disampaikan secara seragam. Kondisi tersebut berdampak pada munculnya kebingungan dan perlambatan layanan.
3. Penanganan keluhan penumpang belum optimal karena petugas belum memberikan penjelasan yang jelas dan seragam mengenai ketentuan bagasi sesuai SOP.
4. Hubungan dan komunikasi antara PT PELNI (Persero) Cabang Tanjungpinang dan penumpang belum berjalan efektif, karena kurangnya pembaruan informasi pada media digital dan minimnya komunikasi dua arah.

5. Kurangnya transparansi dan pembaruan informasi tarif overbagasi pada media resmi menurunkan kepercayaan dan kepuasan penumpang, karena informasi tarif tidak diperbarui secara berkala dan tidak disampaikan secara konsisten.

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, dapat dirumuskan beberapa rumusan masalah yaitu:

1. Apakah tarif bagasi berpengaruh terhadap kepuasan penumpang pada layanan bagasi PT PELNI (Persero) Cabang Tanjungpinang?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan penumpang pada layanan bagasi PT PELNI (Persero) Cabang Tanjungpinang?
3. Apakah *customer relationship marketing* berpengaruh terhadap kepuasan penumpang pada layanan bagasi PT PELNI (Persero) Cabang Tanjungpinang?
4. Apakah tarif bagasi, kualitas layanan, dan *customer relationship marketing* berpengaruh terhadap kepuasan penumpang pada layanan bagasi PT PELNI (Persero) Cabang Tanjungpinang?

1.4 Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah di atas, penelitian ini hanya memfokuskan kajian terhadap kepuasan penumpang pada layanan bagasi PT PELNI Cabang Tanjungpinang. Variabel independen dibatasi pada tarif bagasi (X1), kualitas layanan (X2), dan *customer relationship marketing* (X3), dan

Variabel dependen hanya mencakup kepuasan penumpang (Y) terhadap layanan bagasi PT PELNI (Persero) Cabang Tanjungpinang.

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini oleh peneliti yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh tarif bagasi terhadap kepuasan penumpang pada layanan bagasi PT PELNI (Persero) Cabang Tanjungpinang.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan penumpang pada layanan bagasi PT PELNI (Persero) Cabang Tanjungpinang.
3. Untuk mengetahui pengaruh *customer relationship marketing* terhadap kepuasan penumpang pada layanan bagasi PT PELNI (Persero) Cabang Tanjungpinang.
4. Untuk mengetahui pengaruh tarif bagasi, kualitas layanan, dan *customer relationship marketing* terhadap kepuasan penumpang pada layanan bagasi PT PELNI (Persero) Cabang Tanjungpinang.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Menambah pengetahuan dan pemahaman mengenai pengaruh tarif bagasi, kualitas layanan, dan *customer relationship marketing* terhadap kepuasan penumpang.

2. Bagi PT PELNI (Persero) Cabang Tanjungpinang

Diharapkan Menjadi bahan masukan dalam meningkatkan kualitas layanan, memperbaiki kebijakan tarif bagasi, dan memperkuat hubungan dengan pelanggan.

3. Bagi Fakultas

Diharapkan dapat menambah referensi ilmiah di bidang manajemen pemasaran dan perilaku konsumen.

4. Bagi Penelitian Selanjutnya

Harapannya dapat menjadi acuan atau dasar bagi peneliti lain yang ingin mengkaji topik serupa dengan objek atau variabel yang berbeda.

1.7 Sistematika Penelitian

Sistematika penulisan ini disusun sebagai berikut:

BAB I

PENDAHULUAN

Berisi latar belakang masalah, identifikasi masalah, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Membahas landasan teori tentang tarif bagasi, kualitas layanan, *customer relationship marketing*, kepuasan penumpang, kerangka konseptual, dan hipotesis penelitian.

BAB III**METODOLOGI PENELITIAN**

Menjelaskan metode penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, serta metode analisis data yang digunakan.

BAB IV**HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Memaparkan dari hasil studi yang didasarkan pada deskripsi data, hasil analisis statistik, pengujian hipotesis, dan diskusi temuan dengan dukungan literatur.

BAB V**KESIMPULAN DAN SARAN**

Berisi kesimpulan dan rekomendasi penelitian.

