

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri pengangkutan laut batu bara di Indonesia memegang peranan penting dalam menjaga keberlangsungan pasokan energi nasional. Sebagai salah satu eksportir batu bara terbesar di dunia, sektor ini menjadi komponen kunci dalam rantai pasok energi global. Namun, kompleksitas pasar global yang dipengaruhi oleh fluktuasi harga energi, kebijakan lingkungan, dan perkembangan teknologi menuntut perusahaan di sektor ini untuk terus beradaptasi agar tetap kompetitif (Z. Ahmad, 2023).

Dalam beberapa dekade terakhir, dunia telah memasuki era transformasi digital yang berdampak signifikan terhadap perilaku konsumen dan pola pengambilan keputusan pembelian. Teknologi informasi dan komunikasi, khususnya internet, telah memungkinkan konsumen untuk mengakses informasi produk, membandingkan harga, membaca ulasan, serta melakukan transaksi tanpa batas ruang dan waktu. Di Indonesia, perkembangan teknologi digital juga didukung oleh meningkatnya penetrasi internet, smartphone, serta sistem pembayaran digital seperti e-wallet, QRIS, dan mobile banking yang memudahkan proses transaksi konsumen (Astuti, R., Nugroho, A., & Prasetyo, 2022)

Di tengah dinamika bisnis yang terus berkembang, pemahaman mendalam mengenai berbagai faktor yang mempengaruhi keputusan

pelanggan menjadi sangat penting. Harga tetap menjadi faktor penting dalam menentukan daya saing perusahaan, terutama karena pasar cenderung sensitif terhadap perubahan biaya transportasi. Menurut (Pratama, A., & Nugroho, 2021), persepsi harga yang adil dan kompetitif dapat mendorong konsumen untuk lebih cepat dalam membuat keputusan pembelian, terutama ketika ditunjang dengan kemudahan akses dan transparansi informasi harga melalui platform digital. Namun demikian, persepsi harga tidak berdiri sendiri, melainkan dipengaruhi oleh kualitas layanan dan kepuasan yang dirasakan konsumen.

Selain itu, Kualitas layanan juga memainkan peranan strategis dalam membentuk loyalitas dan keputusan pembelian. Dalam ekonomi berbasis layanan, kualitas layanan dipahami sebagai upaya organisasi untuk memenuhi dan melebihi harapan konsumen melalui interaksi langsung maupun sistem digital yang terintegrasi. (Sari, D. A., & Wibowo, 2021) menekankan bahwa dimensi kualitas layanan tidak hanya meliputi kecepatan pelayanan dan keandalan, tetapi juga mencakup aspek kenyamanan, tanggap terhadap keluhan, dan kemudahan sistem pembayaran. Semakin meningkat tinggi kualitas layanan saat dirasakan, semakin besar pula peluang mereka untuk melaksanakan pembelian lalu menjadi pelanggan tetap. Kualitas layanan juga menjadi penentu utama, mengingat pelanggan di sektor ini mengharapkan keandalan tinggi dalam pengiriman, jaminan keamanan kargo, dan komunikasi yang efektif sepanjang proses pengangkutan (Sari, P., & Andini, 2023).

Selain itu, kepuasan konsumen menjadi indikator penting keberhasilan perusahaan dalam memberikan nilai lebih kepada pelanggannya. Tingkat kepuasan yang tinggi tidak hanya meningkatkan peluang pembelian ulang, tetapi juga memperkuat loyalitas pelanggan terhadap layanan yang diberikan. Kepuasan konsumen merupakan *outcome* dari evaluasi keseluruhan atas pengalaman pembelian. Konsumen yang merasa puas cenderung menunjukkan perilaku positif seperti pembelian ulang (*repeat purchase*), rekomendasi kepada orang lain, hingga pembentukan loyalitas jangka panjang. Penelitian oleh (Ramadhan, A., & Arifianto, 2023) mengindikasikan bahwa kepuasan konsumen menjadi variabel mediasi yang kuat antara persepsi terhadap layanan dan keputusan pembelian. Artinya, meskipun harga dan layanan menarik, tanpa kepuasan yang memadai, konsumen tidak akan bertahan atau melakukan pembelian ulang.

Meski begitu, di era digital saat ini, keputusan pembelian tidak semata-mata ditentukan oleh harga, kualitas layanan, dan tingkat kepuasan.. Faktor kemudahan dan kenyamanan dalam sistem pembayaran menjadi elemen kunci yang dapat memperkuat maupun melemahkan keterkaitan antar variabel tersebut. Sistem pembayaran yang sederhana, aman, dan fleksibel, seperti e-wallet, QRIS, atau cicilan paylater, dapat mempercepat proses pengambilan keputusan konsumen sekaligus menghadirkan pengalaman berbelanja yang lebih efisien (Hartanto, R. Y., & Hidayat, 2022)

Pelanggan saat ini tidak hanya mencari fleksibilitas dalam metode pembayaran tetapi juga menuntut kecepatan dan keamanan dalam proses transaksi. Sistem pembayaran yang efektif dan terintegrasi mampu memperbaiki pengalaman pelanggan, mempercepat proses pengambilan keputusan pembelian, serta memberikan nilai tambah bagi penyedia layanan (Widodo, R., & Hasanah, 2023). Oleh karena itu, sistem pembayaran dapat berfungsi sebagai variabel moderasi yang memperkuat hubungan antara harga, kualitas layanan, dan kepuasan dengan keputusan pembelian.

Perpaduan antara harga, kualitas layanan, dan kepuasan konsumen membentuk pengaruh yang kompleks terhadap keputusan pembelian pelanggan. Namun, peran sistem pembayaran sebagai variabel moderasi dalam hubungan ini masih belum banyak dieksplorasi dalam konteks pengangkutan laut batu bara.

Lebih jauh lagi, dinamika regulasi internasional seperti penerapan standar emisi oleh Organisasi Maritim Internasional (IMO) menjadi tantangan tambahan bagi perusahaan pengangkutan laut batu bara. Kebijakan ini menuntut industri untuk mengadopsi teknologi ramah lingkungan, seperti bahan bakar rendah sulfur atau kapal dengan desain hemat energi. Kondisi ini tidak hanya berdampak pada biaya operasional, tetapi juga berpotensi memengaruhi harga layanan yang diberikan kepada pelanggan, yang pada gilirannya akan memengaruhi keputusan pembelian mereka.

Sebaliknya, kemajuan teknologi digital membuka peluang baru bagi industri ini. Digitalisasi memungkinkan perusahaan meningkatkan efisiensi operasional melalui otomatisasi proses dan optimalisasi rute pengiriman, dan penerapan sistem manajemen logistik berbasis data. Sistem berbasis teknologi ini juga dapat memberikan transparansi lebih besar dalam pengelolaan pengangkutan, yang menjadi nilai tambah dalam membangun kepercayaan pelanggan.

Selain itu, pendekatan yang berpusat pada pelanggan (*customer-centric approach*) menjadi semakin relevan dalam era persaingan yang ketat. Perusahaan tidak hanya dituntut untuk menyediakan layanan yang andal, Namun, perusahaan juga perlu membina hubungan jangka panjang dengan pelanggan melalui komunikasi yang efektif serta pemenuhan kebutuhan mereka secara spesifik. Contohnya, penggunaan Customer Relationship Management (CRM) dapat membantu perusahaan mengenali preferensi pelanggan, meningkatkan tingkat kepuasan, serta memperkokoh loyalitas mereka

Penelitian ini bertujuan untuk menelaah secara mendalam keterkaitan antara harga, kualitas layanan, dan kepuasan pelanggan terhadap keputusan pembelian, sekaligus mengidentifikasi peran sistem pembayaran sebagai variabel moderasi. Dengan begitu, temuan penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi berarti dalam mendukung perusahaan pengangkutan laut Batubara untuk mengidentifikasi strategi yang lebih efektif, meningkatkan daya saing, dan menciptakan nilai

tambah dalam memenuhi kebutuhan pelanggan di tengah tantangan global.

Selain faktor-faktor di atas, perubahan pola permintaan global terhadap batu bara turut memberikan dampak signifikan pada industri pengangkutan laut.

Misalnya, peralihan negara-negara maju ke energi terbarukan telah menyebabkan penurunan permintaan batu bara di beberapa pasar tradisional. Namun, pada saat yang sama, Permintaan batu bara dari negara-negara berkembang yang masih mengandalkan bahan bakar fosil untuk memenuhi kebutuhannya tetap berada pada tingkat tinggi. Ketidakseimbangan ini mengharuskan perusahaan untuk lebih fleksibel dalam merespons perubahan pasar, termasuk dengan mengembangkan jaringan rute pengangkutan baru yang lebih efisien.

Tidak kalah pentingnya, aspek keberlanjutan (*sustainability*) kini menjadi sorotan utama. Pelanggan korporat semakin memperhatikan jejak lingkungan dari mitra bisnis mereka, termasuk perusahaan pengangkutan. Dalam hal ini, perusahaan yang mampu menunjukkan komitmen terhadap praktik bisnis berkelanjutan, seperti penggunaan kapal yang hemat energi atau pemanfaatan bahan bakar alternatif, cenderung memiliki keunggulan kompetitif. Dengan demikian, keberlanjutan bukan lagi sekadar pilihan, melainkan menjadi faktor penentu dalam memenangkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan.

Selain tantangan dan peluang tersebut, inovasi pada sistem

pembayaran juga memainkan peran penting dalam mendukung kelancaran transaksi dan kepuasan pelanggan. Sistem pembayaran yang modern dan berbasis digital memungkinkan proses transaksi yang lebih cepat, transparan, dan aman. Fitur seperti pelacakan *real-time* atas pembayaran dan fleksibilitas dalam memilih metode pembayaran semakin menjadi kebutuhan pelanggan dalam era digital ini. Dalam hal ini, mengintegrasikan teknologi finansial (fintech) ke dalam layanan pengangkutan merupakan langkah strategis untuk meningkatkan pengalaman pelanggan.

Walaupun banyak penelitian telah membahas pengaruh harga, kualitas layanan, dan kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian, hanya sedikit yang menyoroti sistem pembayaran sebagai variabel moderasi. Sebagian besar penelitian hanya memasukkan sistem pembayaran sebagai variabel independen atau tidak memasukkannya sama sekali. Sebagai contoh, (Putri, A. R., & Wibowo, 2022) hanya menguji pengaruh sistem pembayaran terhadap minat beli, tanpa mempertimbangkan interaksinya dengan variabel lain. Padahal, pada kenyataannya, meskipun konsumen merasa harga sesuai dan kualitas layanan baik, keputusan pembelian tetap bisa batal jika sistem pembayaran dianggap tidak aman, rumit, atau tidak sesuai preferensi pengguna.

Selain itu, sebagian besar studi sebelumnya dilakukan dalam konteks tradisional atau semi-digital, belum banyak yang mengkaji secara mendalam bagaimana peran sistem pembayaran digital diintegrasikan

dalam perilaku konsumen masa kini, terutama pada generasi milenial dan Z yang sangat adaptif terhadap teknologi dan lebih sensitif terhadap kemudahan transaksi (Maulidya, S., & Hidayat, 2021). Oleh karena itu, diperlukan penelitian terkini yang mengkaji bagaimana sistem pembayaran digital dapat menguatkan atau melemahkan hubungan antara harga, kualitas layanan, dan kepuasan dengan keputusan pembelian.

Riset ini memiliki kontribusi teoritis dalam memperkaya literatur pemasaran digital dengan mengusulkan model hubungan yang lebih komprehensif dan realistis terhadap perilaku konsumen modern. Di sisi praktis, temuan penelitian ini dapat dimanfaatkan oleh pelaku usaha, khususnya di sektor e-commerce dan ritel, untuk merancang strategi harga, layanan pelanggan, dan sistem pembayaran yang lebih adaptif terhadap kebutuhan konsumen digital.

Dengan demikian, riset ini penting untuk meneliti secara menyeluruh bagaimana perpaduan faktor harga, kualitas layanan, dan kepuasan pelanggan memengaruhi keputusan pembelian. Penambahan analisis terhadap sistem pembayaran sebagai variabel moderasi memberikan dimensi baru yang belum banyak dieksplorasi. Hasil kajian ini tidak hanya memberikan kontribusi akademik, serta memberikan panduan praktis bagi perusahaan dalam menyusun strategi yang lebih fleksibel dan inovatif untuk menghadapi dinamika tantangan di sektor pengangkutan laut batu bara.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian?
3. Apakah kepuasan konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian?
4. Apakah harga mempengaruhi keputusan pembelian dengan sistem pembayaran sebagai variabel moderasi?
5. Apakah kualitas layanan memengaruhi keputusan pembelian dengan sistem pembayaran sebagai variabel moderasi?
6. Apakah kepuasan konsumen memengaruhi keputusan pembelian dengan sistem pembayaran sebagai variabel moderasi?

1.3 Tujuan Penelitian

Berikut tujuan penelitian ini:

1. Menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian.
2. Menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan pembelian.
3. Menganalisis pengaruh kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian.
4. Menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian dengan sistem pembayaran sebagai variabel moderasi?

5. Menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan pembelian dengan sistem pembayaran sebagai variabel moderasi.
6. Menganalisis pengaruh kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian dengan sistem pembayaran sebagai variabel moderasi.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini antara lain memberikan kontribusi di bidang akademik dengan memperkaya literatur tentang harga, kualitas layanan, kepuasan konsumen, keputusan pembelian serta sistem pembayaran di dalam perusahaan, serta menjadi acuan bagi peneliti dan akademisi lain yang tertarik melanjutkan penelitian di bidang ini.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Untuk membatasi cakupan, penelitian ini difokuskan pada pembahasan pengaruh harga, kualitas layanan, dan kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian dengan sistem pembayaran sebagai variabel moderasi.

1.6 Susunan Dan Struktur Tesis

BAB I PENDAHULUAN

Bagian ini memuat latar belakang, rumusan masalah, tujuan, ruang lingkup, serta susunan dan struktur tesis.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Pada bab ini dibahas kajian teori yang relevan dengan variabel penelitian,

hubungan antar variabel, kerangka berpikir, serta perumusan hipotesis.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bagian ini memuat rancangan penelitian yang digunakan, jenis data, sampel, definisi operasional variabel, metode pengumpulan data, serta teknik analisis yang diterapkan.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHSAN

Pada bab ini menguraikan hasil dan pembahsan secara menyeluruh, didukung teori dan penelitian sebelumnya.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bagian ini memuat kesimpulan dan saran berdasarkan hasil penelitian yang disusun secara sistematis untuk menjawab hipotesis.