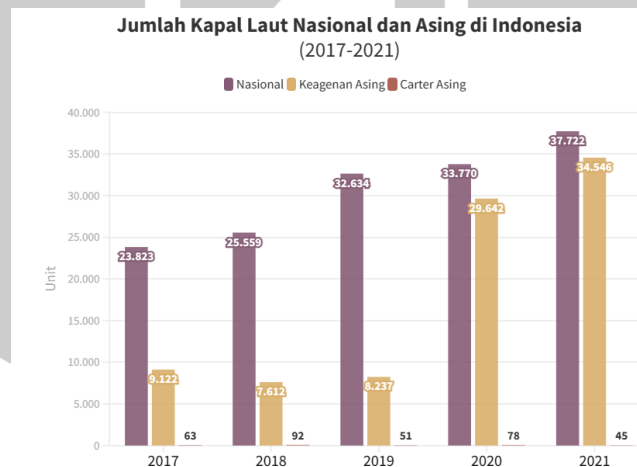


# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan Negara Maritim atau Kepulauan terbesar di dunia dengan 70% wilayahnya terdiri atas laut. Wilayah perairan teritorial Indonesia mencapai 300.000 kilometer persegi, perairan pedalaman dan kepulauan seluas 2,8 juta kilometer persegi, Zona Ekonomi Eksklusif (ZEE) seluas 2,7 juta kilometer persegi, serta lebih dari 17.500 pulau yang juga memiliki potensi kekayaan berlimpah. Kondisi geografis Indonesia yang berbentuk kepulauan membuat transportasi laut masih menjadi tumpuan untuk menghubungkan masyarakat antar daerah. Hal itu pun mendorong banyaknya kapal laut di dalam negeri, baik milik lokal maupun asing.



Sumber: Kementerian Perhubungan

**Gambar 1.1 Jumlah Kapal Laut Nasional dan Asing di Indonesia**

Berdasarkan laporan Kementerian Perhubungan (Kemenhub), jumlah armada kapal laut di Indonesia sebanyak 72.313 unit pada 2021. Angka tersebut meningkat 13,9% dari tahun sebelumnya yang sebanyak 63.490 unit.

Dari data tersebut diatas mendorong industri galangan kapal berlomba-lomba meningkatkan kapasitas mereka guna memanfaatkan peluang yang ada dan mempunyai daya saing tinggi dimana saat ini industri galangan kapal nasional telah mencapai 250 perusahaan galangan kapal dengan kapasitas produksi sebesar 1 juta tonase bobot mati (*dead weight tonnage/DWT*) per tahun untuk bangunan baru, dan hingga 12 juta DWT per tahun untuk reparasi kapal (sumber: Kementerian Perindustrian).

Industri galangan kapal merupakan salah satu sektor ekonomi yang memiliki peran penting dalam perekonomian global. Perusahaan galangan kapal bertanggung jawab untuk membangun, merawat, dan memperbaiki kapal-kapal yang digunakan dalam berbagai keperluan, mulai dari transportasi barang dan penumpang hingga perkapalan militer. Dalam industri yang sangat kompetitif ini, pemberian kontrak perbaikan kapal kepada perusahaan galangan kapal merupakan proses yang krusial. Oleh karena itu, memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan perusahaan galangan kapal dalam memesan pekerjaan perbaikan kapal menjadi sangat penting dalam mengoptimalkan kinerja industri ini.



Sumber: IPERINDO

### Gambar 1. 2 Peta Galangan Kapal Indonesia

Dalam dunia bisnis, terutama di sektor galangan kapal, kata-kata dari mulut ke mulut (*Word of Mouth* atau WOM) telah menjadi salah satu faktor yang sangat penting dalam mempengaruhi reputasi, pertumbuhan, dan kesuksesan Perusahaan. *Word of Mouth* mengacu pada proses, ketika individu berbicara tentang pengalaman mereka, baik positif maupun negative, terkait dengan produk atau layanan suatu Perusahaan kepada orang lain. Dalam konteks galangan kapal, pengaruh *Word of Mouth* memiliki dampak yang signifikan terhadap berbagai aspek bisnis, termasuk penjualan, reputasi perusahaan, dan hubungan pelanggan.

Salah satu cara terbaik untuk menarik perhatian konsumen baru adalah komunikasi word-of-mouth yang positif karena sebagian besar konsumen akan mengikuti apa yang dikatakan konsumen lain karena mereka telah menggunakan

produk dan jasa suatu perusahaan. Konsumen baru akan terpaku pada suatu perusahaan, produk, dan layanannya yang mengarah pada loyalitas (Ngoma & Ntale, 2019). Hal ini meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan dan produk serta layanannya serta membuat konsumen merasa telah mengambil pilihan yang tepat (Suleiman & Einolahzadeh, 2018).

Salah satu faktor yang mempengaruhi keberhasilan perusahaan galangan kapal adalah reputasi dan citra perusahaan tersebut di mata customer potensial, seperti pemilik kapal, operator, atau agen pelayaran. Salah satu aspek yang dapat secara signifikan mempengaruhi reputasi dan citra perusahaan galangan kapal adalah *Word of Mouth* (WOM) atau kata-kata dari mulut ke mulut.

*Word of Mouth* dalam konteks industri ini merujuk pada pengalaman dan rekomendasi yang dibagikan oleh pelanggan atau pihak yang pernah berurusan dengan perusahaan galangan kapal. Hal ini mencakup pandangan mereka tentang kualitas pekerjaan perbaikan kapal, keandalan dalam pemenuhan tenggat waktu, harga yang kompetitif, fasilitas yang dimiliki dan pelayanan pelanggan secara keseluruhan.

Dalam industri galangan kapal, kredibilitas perusahaan sangat penting untuk memenangkan kepercayaan pemilik kapal dan agen pelayaran. Kredibilitas yang kuat menciptakan citra positif perusahaan sebagai mitra yang dapat diandalkan dan kompeten dalam melakukan pekerjaan perbaikan kapal. Meskipun kredibilitas sangat penting, membangun reputasi yang kuat dalam industri galangan kapal tidak selalu mudah. Perusahaan harus terus berusaha untuk memberikan layanan yang

konsisten dan berkualitas tinggi untuk mempertahankan kredibilitas mereka di pasar yang kompetitif ini. Kredibilitas juga merupakan elemen kunci dalam membangun hubungan jangka panjang dengan klien di industri galangan kapal. Perusahaan yang kredibel cenderung lebih berhasil mempertahankan pelanggan yang ada dan menarik pelanggan baru, yang pada gilirannya dapat meningkatkan pertumbuhan bisnis mereka. Penelitian sebelumnya Pengaruh Terpaan Pesan Promosi di Whatsapp Dan Kredibilitas Perusahaan Terhadap Minat Melakukan Service Ulang di AHASS Prima Jaya Hayu Pratiwi, Sunarto, Joyo Nur Suryanto Gono (2023), menunjukkan bahwa kredibilitas memiliki dampak langsung pada niat dan keputusan pembelian. Calon pelanggan cenderung lebih tertarik untuk bekerja sama dengan perusahaan yang dianggap kredibel, dan lebih mungkin untuk memilih mereka untuk melakukan pekerjaan perbaikan kapal.

Disamping WoM, faktor harga juga menjadi pertimbangan penting. Industri galangan kapal adalah industri yang sangat kompetitif, di mana harga merupakan faktor utama yang memengaruhi keputusan pembelian. Harga yang kompetitif dapat menjadi faktor penentu dalam menarik perhatian calon pembeli, termasuk pemilik kapal dan agen pelayaran. Penelitian sebelumnya Dalila Komala Trisnowati, Hari Susanta Nugraha (2016) menunjukkan bahwa harga mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.

Dalam konteks persaingan yang semakin ketat, pemahaman mendalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan memesan dan pemberian pekerjaan perbaikan kapal menjadi sangat penting bagi perusahaan galangan kapal

untuk dapat menjaga dan meningkatkan pangsa pasar. Oleh karena itu dalam penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Word of Mouth* (WoM), kredibilitas Perusahaan galangan kapal, dan harga terhadap niat dan keputusan pemberian pekerjaan perbaikan kapal kepada perusahaan galangan kapal.

Dalam penelitian terdahulu banyak penelitian untuk variable harga, kredibilitas dan *Word of Mouth* terhadap keputusan pembelian seperti dalam penelitian M. Fadhli Nursal, Muhammad Richo Rianto, Heni Rohaeni, Farhan Saputra (2023) menyimpulkan bahwa *electronic Word of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Reynanta Masdaner, Poppy Ruliana (2021) menyimpulkan bahwa Adanya pengaruh yang signifikan antara eWOM terhadap niat beli layanan premium aplikasi musik streaming Spotify.

Melalui pemahaman yang lebih baik tentang peran WoM, kredibilitas perusahaan, dan harga dalam pengambilan keputusan, diharapkan penelitian ini akan memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pemahaman kita tentang faktor-faktor yang memengaruhi keputusan perusahaan atau individu pemilik kapal, agen atau manajemen kapal dalam memesan pekerjaan perbaikan kapal. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat memberikan wawasan yang bernilai terkait strategi pemasaran dan pengambilan keputusan di sektor galangan kapal, serta berpotensi untuk meningkatkan efisiensi operasional dan keunggulan bersaing di industri ini.

## 1.2 Rumusan Masalah

Beberapa rumusan masalah yang dapat diidentifikasi dalam konteks pengaruh *Word of Mouth* (WoM), kredibilitas perusahaan, dan harga terhadap niat dan keputusan pemberian pekerjaan perbaikan kapal kepada Perusahaan galangan kapal adalah sebagai berikut:

1. Apakah *Word of Mouth* (WoM) berpengaruh langsung dan signifikan terhadap niat beli jasa perbaikan kapal kepada perusahaan galangan kapal?
2. Apakah *Word of Mouth* (WoM) yang dimediasi oleh niat beli berpengaruh terhadap keputusan pembelian jasa perbaikan kapal kepada perusahaan galangan kapal?
3. Apakah *Word of Mouth* (WoM) berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap keputusan pembelian jasa perbaikan kapal kepada perusahaan galangan kapal?
4. Apakah kredibilitas perusahaan berpengaruh langsung dan signifikan terhadap niat beli jasa perbaikan kapal kepada perusahaan galangan kapal?
5. Apakah Kredibilitas perusahaan yang dimediasi oleh niat beli berpengaruh terhadap keputusan pembelian jasa perbaikan kapal kepada perusahaan galangan kapal?

6. Apakah kredibilitas perusahaan galangan kapal berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap keputusan pembelian jasa perbaikan kapal kepada perusahaan galangan kapal?
7. Apakah harga berpengaruh langsung dan signifikan terhadap niat beli jasa perbaikan kapal kepada perusahaan galangan kapal?
8. Apakah harga yang dimediasi oleh niat beli berpengaruh terhadap pembelian jasa perbaikan kapal kepada perusahaan galangan kapal?
9. Apakah harga berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap keputusan pembelian jasa perbaikan kapal kepada perusahaan galangan kapal?
10. Apakah niat beli berpengaruh langsung dan signifikan terhadap keputusan pembelian jasa perbaikan kapal kepada perusahaan galangan kapal?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk memahami pengaruh *Word of Mouth* (WoM), kredibilitas Perusahaan, dan harga terhadap keputusan pemberian pekerjaan perbaikan kapal kepada perusahaan galangan kapal. Penelitian ini memiliki beberapa tujuan utama, antara lain:

1. Menganalisis pengaruh *Word of Mouth* (WoM) secara langsung dan signifikan terhadap niat beli jasa perbaikan kapal kepada perusahaan galangan kapal.



2. Menganalisis pengaruh *Word of Mouth* (WoM) yang dimediasi oleh niat beli terhadap keputusan pembelian jasa perbaikan kapal.
3. Menganalisis pengaruh *Word of Mouth* (WoM) secara langsung dan signifikan terhadap keputusan pembelian jasa perbaikan kapal kepada perusahaan galangan kapal.
4. Menganalisis pengaruh kredibilitas perusahaan secara langsung dan signifikan terhadap niat beli jasa perbaikan kapal kepada perusahaan galangan kapal.
5. Menganalisis pengaruh kredibilitas perusahaan yang dimediasi oleh niat beli terhadap keputusan pembelian jasa perbaikan kapal.
6. Menganalisis pengaruh kredibilitas perusahaan secara langsung dan signifikan terhadap keputusan pembelian jasa perbaikan kapal kepada perusahaan galangan kapal.
7. Menganalisis pengaruh harga secara langsung dan signifikan terhadap niat beli jasa perbaikan kapal kepada perusahaan galangan kapal.
8. Menganalisis pengaruh harga yang dimediasi oleh niat beli terhadap keputusan pembelian jasa perbaikan kapal.
9. Menganalisis pengaruh harga secara langsung dan signifikan terhadap keputusan pembelian jasa perbaikan kapal kepada perusahaan galangan kapal.

10. Menganalisis pengaruh niat beli secara langsung dan signifikan terhadap keputusan pembelian jasa perbaikan kapal kepada perusahaan galangan kapal.

#### 1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini dapat memberikan berbagai manfaat penting. Berikut adalah beberapa manfaat utama dari penelitian ini:

a. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan perbandingan bagi peneliti lain yang berkaitan dengan *Word of Mouth*, Kredibilitas, harga, dan keputusan pembelian.

b. Bagi Perusahaan

1. Peneliti ini akan memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana *Word of Mouth* (WoM), kredibilitas, dan harga mempengaruhi keputusan pemberian pekerjaan perbaikan kapal. Ini dapat membantu perusahaan galangan kapal untuk memahami aspek-aspek yang perlu ditingkatkan dalam upaya mendapatkan lebih banyak proyek.
2. Hasil penelitian dapat membantu Perusahaan galangan kapal dalam mengembangkan strategi bisnis yang lebih efektif dan efisien.
3. Dapat membantu pemilik kapal dan agen pelayaran dalam membuat keputusan yang lebih baik dan lebih terinformasi ketika memilih perusahaan galangan kapal untuk melakukan pekerjaan perbaikan kapal.

## 1.5 Sistematika Penulisan

Dalam rangka membantu memastikan bahwa penelitian ini memiliki struktur yang jelas dan mengikuti Langkah-langkah yang logis dalam penelitian maka sistematika penulisan penelitian ini terdiri dari:

a. Bab I Pendahuluan

Pendahuluan terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan, manfaat dan sistematika penulisan.

b. Bab II Tinjauan Pustaka

Tinjauan Pustaka ini terdiri dari penelitian-penelitian terdahulu, review literatur tentang *Word of Mouth*, kredibilitas dan harga terhadap pengaruhnya dalam keputusan pembelian, dan relevansi dengan industri galangan kapal dan teori-teori yang relevan yang akan digunakan sebagai dasar penelitian. Hubungan antar variabel, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

c. Bab III Metode Penelitian

Metode Penelitian ini dengan metode pengumpulan data melalui survey sehingga tahapannya terdiri dari rancangan penelitian, ruang lingkup penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional dan pengukuran variabel, populasi dan teknik pengambilan sampel, instrumen penelitian, uji validitas dan reliabilitas, data dan metode pengumpulan data, dan teknis analisis data.

d. Bab IV

Bab ini berisi hasil dan pembahasan terdiri dari presentasi data, grafik, table atau diagram yang mendukung penelitian, diksusi mengenai interpretasi hasil, implikasi hasil penelitian terhadap industri galangan kapal.

e. Bab V

Bagian Penutup ini terdiri dari kesimpulan yang berisi ringkasan temuan utama dan jawaban terhadap rumusan masalah, mendiskusikan batasan-batasan yang ada dalam penelitian ini dan saran untuk penelitian selanjutnya. Selain itu terdiri dari daftar Pustaka dan lampiran.