

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Aktivitas manusia terus mengalami peningkatan secara signifikan seiring perkembangan zaman yang terjadi saat ini. Perkembangan aktivitas manusia juga berpengaruh terhadap sarana transportasi, mulai dari transportasi darat, udara, dan laut. Transportasi sangat dibutuhkan dalam kehidupan seseorang untuk menjalankan serangkaian aktivitas ketika melakukan perjalanan jarak dekat maupun jarak jauh. Hal tersebut terlihat dari maskapai penerbangan, kapal laut, kereta api, armada bus, serta jasa transportasi darat lainnya yang ada di Indonesia. Jasa transportasi sektor darat memiliki jumlah konsumen tertinggi dibanding transportasi udara dan laut. Transportasi di Indonesia memegang peranan penting sebagai sarana penghubung antara kota satu ke kota lainnya, bahkan bisa dari satu pulau ke pulau yang lain. Transportasi dapat menunjang perekonomian dalam negara dengan memudahkan transfer teknologi, ilmu pengetahuan, maupun perdagangan. Transportasi darat yang merupakan kendaraan umum berupa bus menyediakan berbagai macam tawaran yang disesuaikan kebutuhan masyarakat.

Dengan banyaknya persaingan perusahaan transportasi, mengharuskan pengusaha selalu mengetahui kebutuhan masyarakat akan sarana transportasi yang lebih baik, dan juga lebih meningkatkan kualitas layanan mereka, agar masyarakat tertarik untuk menggunakan produk transportasi yang telah ditawarkan oleh pengusaha perusahaan transportasi. Suatu perusahaan harus dapat mengetahui persaingan bisnis yang terjadi saat ini supaya dapat mengetahui perilaku konsumen saat melaksanakan pembelian produk atau jasa.

Berkaitan dengan semakin ketatnya persaingan dalam bidang jasa transportasi, maka untuk dapat memenangkan persaingan sekaligus agar bertahan perusahaan dapat mengukur perilaku seorang konsumen melalui

sikapnya terhadap suatu objek tersebut. Respon dari konsumen apabila mendukung suatu produk atau jasa, maka sikapnya positif dan apabila sikapnya negatif, maka konsumen akan mengabaikan terhadap produk atau jasa tersebut. Berdasarkan perilaku konsumen tersebut perusahaan dapat menetapkan strategi yang efektif dan efisien terhadap produk atau jasa dengan memahami keinginan konsumen.

Strategi pemasaran merupakan rencana yang menjelaskan tentang ekspektasi perusahaan terhadap dampak dari berbagai aktivitas dan program pemasaran terhadap permintaan produk atau jasa di pasar sasaran tertentu. Perusahaan jasa dapat menetapkan strategi pemasaran yang tepat dalam mencapai tujuan permasalahan, hal yang mempengaruhi tingkat kepuasan penumpang adalah kualitas pelayanan, fasilitas, harga, dan citra merek yang dilakukan perusahaan jasa transportasi.

Perkembangan bisnis dalam bidang jasa khususnya inspeksi, pengujian, serta sertifikasi, saat ini terlihat semakin ketat, yang membuat para pebisnis tidak hanya memberikan pelayanan terbaik melainkan juga bersaing dari segi harga, pelayanan, lokasi, suasana, hingga kemudian transaksi. Hal ini menunjukkan bahwa bisnis dalam bidang jasa menjadi salah satu penunjang meningkatnya perekonomian masyarakat. Sebagai salah satu wilayah yang berpotensi terhadap perkembangan bisnis, Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk, jasa atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi. Kepuasan konsumen dapat diciptakan melalui kualitas, pelayanan dan harga itu adalah kunci untuk menghasilkan kesetiaan pelanggan. Kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan.

Penelitian ini penting dilakukan agar dapat mengukur seberapa baik pelayanan yang telah diberikan, serta mengetahui sejauh mana pelayanan yang diberikan perusahaan selama ini, yang akan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggannya. Dengan demikian diharapkan

perusahaan dapat mengetahui serta mengantisipasi secara jelas tentang apa yang dibutuhkan dan diinginkan konsumen, sehingga perusahaan dapat menerapkan strategi yang tepat untuk menangani keluhan pelanggan, meningkatkan layanannya secara lebih baik, serta dapat bersaing dalam segmentasi pasar yang ada, agar tujuan perusahaan tercapai dan dapat berkembang di masa mendatang.

PO Haryanto adalah salah satu perusahaan Otobus di Indonesia. Haryanto adalah nama pendiri sekaligus pemilik. PO Haryanto melayani rute dari Jakarta ke jurusan beberapa daerah di pulau Jawa.

Berikut ini daftar harga tiket dan jurusan PO Haryanto :

Tabel 1.1
Trayek dan Tarif PO. Haryanto Februari s/d Juni 2020

Trayek	Tarif
Pulo Gadung-Kudus	Rp 180.000
Lebak bulus-Rawamangun-Semarang-Kudus	Rp 200.000
Tangerang-Kali Deres-Semarang-Kudus	Rp 200.000
Tanggerang-Kali Deres-Cepu	Rp 190.000
Jakarta-Semarang-Kudus	Rp 200.000
Bogor-Semarang-Kudus	Rp 210.000
Serang-Semarang-Kudus	Rp 220.000
Jakarta-Surabaya	Rp 260.000
Jakarta-Prambanan	Rp 170.000
Jakarta-Solo	Rp 170.000
Jakarta-Bangkalan Madura	Rp 230.000
Jabodetabek-Solo-Wonogiri	Rp 180.000
Jakarta-Madiun-Ponorogo	Rp 190.000
Jakarta-Gemolong	Rp 190.000

Sumber : Harga tiket dan rute bus PO. Haryanto, 2020

Sebagai unsur penting, transportasi darat haruslah memiliki standar kualitas pelayanan yang baik dalam usaha meningkatkan kepuasan penumpang. Menurut (Alaan dalam Prahmana et al, 2018) Penting untuk

dapat dilakukan upaya perbaikan meningkatkan sistem kualitas pelayanan bagi keberlangsungan bisnis, dengan adanya kualitas layanan yang baik nilai yang dihantarkan kepada pelanggan menjadi lebih positif, dan akan memberikan kepuasan kepada konsumen.

Fasilitas didefinisikan sebagai sarana dan prasarana yang disediakan oleh perusahaan untuk diberikan kepada konsumen. Oleh karena itu fasilitas yang disediakan harus memadai demi meningkatkan kepuasan pelanggan. Menurut (Tjiptono dalam Hadju dan Sitohang, 2020) Fasilitas adalah kebutuhan dan harapan pelanggan baik secara fisik maupun psikologi yang berguna untuk memberikan kenyamanan kepada konsumen. Konsumen akan bahagia dan merasa nyaman jika fasilitas itu memadai dan memenuhi kebutuhan konsumen.

Faktor harga merupakan faktor utama yang menentukan permintaan pasar dan sebagai indikator kualitas barang atau jasa, sehingga perusahaan harus mampu menganalisa dan menetapkan tingkat harga yang sewajarnya bagi konsumen, karena harga ini digunakan oleh perusahaan sebagai alat untuk mencapai sasaran marketingnya (Widyaningtyas dalam Sulistyowati dan Mulatsih, 2016).

Faktor lainnya yang mempengaruhi kepuasan penumpang yaitu citra merek, Kotler (2009), menyebutkan bahwa para pembeli/pengguna mungkin mempunyai tanggapan berbeda terhadap citra perusahaan/tempat. Kotler (2009) menegaskan bahwa citra merek adalah keyakinan tentang merek. Dalam perihal ini citra merek merupakan anggapan publik akan kepercayaan terhadap perusahaan ataupun produk/ jasa yang ditawarkan. Supaya dapat berfungsi, citra merek wajib diinformasikan lewat bermacam sarana komunikasi yang ada serta kontak merek. Keller dan Kotler (2008) mengemukakan bahwa citra merek yang positif diciptakan oleh suatu asosiasi merek yang kuat, unik dan baik.

Selaku industri di bidang jasa transportasi telah sepatutnya memberikan citra yang baik di publik. Dengan membangun kepercayaan akan keyakinan kepada industri akan memberi nilai tambah untuk perusahaan. Citra yang baik yang wajib didapat dari penumpang serta publik tentu bukan perihal gampang. Sebab sejatinya perihal tersebut berkaitan dengan anggapan dari penumpang serta publik itu sendiri, serta perusahaan wajib memberi citra yang sebaik- baiknya. Agar dapat berfungsi, citra merek mesti di informasikan lewat bermacam sarana komunikasi yang ada serta kontak merek.

Keadaan serta kondisi medan jalur dimalam hari sangat pengaruhi keadaan penumpang yang pula berakibat pada rasa puas pada penumpang. Butuh terdapat pelayanan yang dapat menghasilkan rasa nyaman serta aman kepada penumpang. Pada perusahaan otobus haryanto masih kerap ditemukan terdapatnya sesuatu permasalahan yang bisa menyebabkan pelanggan ataupun konsumen mengeluh. Seperti ketidak tepatan waktu, waktu keberangkatan maupun waktu saat tiba di tujuan, tempat duduk yang longgar dan kurang leluasa gangguan-gangguan selama perjalanan yang mengurangi kenyamanan konsumen disebabkan masuknya pengamen, pedagang asongan kedalam bus yang sering memaksa konsumen untuk mengeluarkan uangnya sehingga konsumen merasa terganggu. Dengan merek perusahaan yang sudah banyak dikenal di kalangan konsumen, hal tersebut merupakan masalah bagi perusahaan otobus haryanto yang dapat merusak/memperburuk citra merek yang telah dibangun cukup lama.

Berdasarkan kenyataan permasalahan diatas, maka penulis ingin melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Faktor Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Harga, dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Penumpang Pada Bus Antar Kota Antar Provinsi (AKAP) (Studi Kasus : Bus PO Haryanto Kelas *Executive* Rute Semarang-Jakarta)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Permasalahan yang diajukan dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah faktor kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan penumpang PO. Haryanto?
2. Apakah faktor fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan penumpang PO. Haryanto?
3. Apakah faktor harga berpengaruh terhadap kepuasan penumpang PO. Haryanto?
4. Apakah faktor citra merek berpengaruh terhadap kepuasan penumpang PO. Haryanto?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian sehubungan dengan permasalahan yang ada adalah :

1. Untuk menganalisis pengaruh faktor kualitas pelayanan terhadap kepuasan penumpang PO. Haryanto.
2. Untuk menganalisis pengaruh faktor fasilitas terhadap kepuasan penumpang PO. Haryanto.
3. Untuk menganalisis pengaruh faktor harga terhadap kepuasan penumpang PO. Haryanto.
4. Untuk menganalisis pengaruh faktor citra merek terhadap kepuasan penumpang PO. Haryanto

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Dari hasil penelitian ini, sebagai penulis berharap bisa memberi manfaat yaitu :

1. Bagi Penulis
 - a. Penelitian ini diharapkan menjadi sarana praktis bagi penulis untuk menerapkan teori yang diperoleh di bangku kuliah ke

dalam tindakan praktis berupa penelitian di lapangan dan mendapatkan jawaban atas permasalahan yang dibahas.

- b. Menjadikan penelitian ini sumber ilmu pengetahuan baru serta sebagai bekal kedepan untuk terjun di dunia kerja.

2. Bagi UNIMAR AMNI

Penelitian ini juga diharapkan bermanfaat menjadi bahan referensi bagi seluruh para mahasiswa yang akan menyusun skripsi yang berkaitan dengan masalah ini.

3. Bagi Instansi Terkait

Penelitian ini diharapkan bisa membagikan sumbangan pemikiran yang berguna untuk manajemen perusahaan serta sebagai bahan pembandingan dalam usaha penyempurnaan dan meningkatkan kinerja karyawan di masa yang akan datang.

4. Bagi Pembaca

- a. Semoga bermanfaat untuk menambah wawasan tentang apa yang telah diteliti dalam penelitian ini.
- b. Diharapkan dapat menambah pengetahuan untuk mahasiswa yang mau mengadakan penelitian lebih lanjut tentang permasalahan yang sejenis dan sebagai tambahan informasi bagi yang membutuhkan.

1.4 Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran yang cukup jelas tentang proposal ini maka disusunlah satu sistematika penulisan yang berisi mengenai proposal ini. Adapun sistematika penulisan proposal tersebut adalah sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini akan dibahas mengenai Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan dan Kegunaan Penelitian, serta Sistematika Penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini akan membahas mengenai tinjauan pustaka dan landasan teori yang mendasari penelitian, kerangka pikir penelitian dan hipotesis.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini menguraikan tentang variabel penelitian dan definisi operasional, penentuan populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, kerangka berfikir dan hipotesis serta metode analisis yang digunakan dalam menganalisis data yang telah diperoleh.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini membahas tentang deskriptif objek penelitian, analisis data, pembahasan, dan implikasi manajerial.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini merupakan hasil pembahasan terakhir terdapat penelitian yang dilakukan di rangkum di dalam kesimpulan dan saran.

DAFTAR PUSTAKA**LAMPIRAN-LAMPIRAN**