

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Aktifitas manusia terus mengalami peningkatan secara signifikan seiring perkembangan jaman yang terjadi saat ini. Jaman yang semakin berkembang saat ini, para produsen dituntut untuk selalu berpikir kreatif dan kritis dalam mengembangkan produk, yaitu barang dan jasa karena persaingan yang semakin ketat dan perubahan yang semakin lama semakin berotasi cepat didalam berbagai aspek. Sebagai pelaku pasar, para produsen memiliki cara agar dapat terus menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Produsen hendaknya mengetahui keadaan pasar agar produk atau jasa yang dihasilkan sesuai dengan harapan dan keinginan konsumen. Salah satu industri yang berkembang di Indonesia adalah industri jasa. Industri jasa sangat mempengaruhi pertumbuhan bangsa ini, mulai jasa yang berada dibawah pemerintah, yaitu pengadilan, rumah sakit, transportasi, sekolah negeri, dan sebagainya hingga dibawah naungan sektor swasta pun berkembang. Hal ini menandakan bahwa permintaan akan berbagai jenis produk jasa oleh masyarakat saat ini, memang sedemikian besar dan tentunya menjadi suatu peluang bagi perusahaan jasa untuk fokus pada pelanggan dan mencari strategi untuk menarik konsumen agar membeli jasa yang ditawarkan oleh perusahaan jasa dan diharapkan menguntungkan bagi pihak produsen dan konsumen.

Didalam berkehidupan sarana transportasi merupakan suatu kebutuhan yang penting bahkan tidak terpisahkan oleh masyarakat. Saat ini kebutuhan yang diperlukan dalam masyarakat adalah sarana transportasi. Transportasi sangat dibutuhkan dalam kehidupan seseorang untuk menjalankan serangkaian aktifitas ketika melakukan perjalanan jarak dekat maupun jarak jauh. Adapun sarana transportasi yang berpengaruh terhadap aktifitas manusia itu, mulai dari transportasi darat, laut dan udara. Hal tersebut dapat dilihat dari berbagai perkembangan industri jasa dalam sektor transportasi yang terdiri dari maskapai penerbangan, kapal laut, kereta api, armada bus serta jasa transportasi darat lainnya.

Salah satu alat transportasi yang sering digunakan oleh masyarakat adalah bus. Penumpang bus sebagai konsumen sering dirugikan dengan adanya beberapa masalah yang terjadi misalnya keterlambatan jadwal keberangkatan, kondisi bus yang tidak layak jalan,

terjadi kecelakaan bus. UU No. 22 Tahun 2009 diharapkan dapat membantu mewujudkan kepastian hukum bagi pihak-pihak yang terkait dengan penyelenggaraan jasa angkutan, baik itu pengusaha angkutan, pekerja (sopir/pengemudi), serta penumpang. Secara operasional kegiatan penyelenggaraan pengangkutan dilakukan oleh pengemudi atau sopir angkutan dimana pengemudi merupakan pihak yang mengikatkan diri untuk menjalankan kegiatan pengangkutan atas perintah pengusaha angkutan atau pengangkut. Pengemudi dalam menjalankan tugasnya mempunyai tanggung jawab untuk dapat melaksanakan kewajibannya yaitu mengangkut penumpang sampai pada tempat tujuan yang telah disepakati dengan selamat, artinya dalam proses pemindahan tersebut dari satu tempat ke tempat tujuan dapat berlangsung tanpa hambatan dan penumpang dalam keadaan sehat, tidak mengalami bahaya, luka, sakit maupun meninggal dunia. Sehingga tujuan pengangkutan dapat terlaksana dengan lancar dan sesuai dengan nilai guna masyarakat (Menurut Harahap, 2016).

Pertumbuhan penduduk yang semakin pesat dan berkembangnya perekonomian menuju arah globalisasi, transportasi menjadi salah satu faktor yang menuntut masyarakat semakin jeli menentukan pilihannya dalam memilih moda transportasi, baik darat, laut maupun udara yang akan memudahkan dan memperlancar kegiatan mereka sehari-hari. Peningkatan kebutuhan masyarakat akan jasa transportasi darat memicu pertumbuhan bisnis transportasi berupa Perusahaan Otobus. Mobilitas masyarakat yang meningkat memaksa para konsumen memilih alternatif dari berbagai Perusahaan Otobus yang ada. Setiap perusahaan otobus harus memenangkan persaingan dengan menarik konsumen untuk menggunakan jasanya.

Keputusan pembelian adalah sebuah proses untuk mengambil keputusan yang diawali dengan pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan diakhiri dengan perilaku pasca pembelian. Keputusan pembelian konsumen sangat penting untuk diteliti sebab ketika menciptakan suatu produk/jasa, perusahaan berharap agar konsumen membeli produk/jasa tersebut dengan frekuensi tinggi, membeli produk/jasa tersebut dalam jumlah banyak serta perusahaan berharap agar nilai pembelian tinggi karena dengan begitu volume penjualan perusahaan akan meningkat sehingga keuntungan menjadi besar. Faktor-faktor mendasari keputusan pembelian konsumen diantaranya meliputi faktor *brand image*, kebutuhan penumpang, dan nilai pengguna.

Brand Image menurut Rumengan, dkk (2015) terdapat beberapa faktor untuk menarik konsumen melakukan pembelian antara lain, Citra Merek, Kualitas Produk, dan Strategi Harga. Citra merek adalah persepsi orang terhadap suatu merek. Keyakinan konsumen terhadap suatu merek merupakan hal yang sangat penting bagi sebuah produk. Suatu merek harus memiliki keunggulan bersaing yang menjadi alasan bagi konsumen untuk memilih merek tertentu. Kebanyakan orang lebih memilih untuk membeli produk yang sudah di kenal oleh orang. Disini kita akan melihat apakah citra merek atau merek yang sudah di kenal akan mempengaruhi keputusan pembelian dalam memutuskan untuk menggunakan merek tersebut. Oleh karena itu jasa transportasi umum memperhatikan citra merek agar transportasi yang disediakan sesuai dengan apa yang diharapkan. Apabila pelanggan puas dengan apa yang diharapkan pelanggan akan menggunakan ulang citra merek, merek tersebut dapat memberi rekomendasi kepada orang lain untuk menggunakan citra merek yang sama.

Kebutuhan penumpang yang sesuai dengan kualitas, manfaat yang dirasakan konsumen apabila ia mengkonsumsinya, pelayanan yang memudahkan proses transaksi serta memuaskan konsumen apabila semua itu dapat dipadukan secara selaras dan seimbang maka akan berakibat positif terhadap angka penjualan perusahaan. Pelayanan yaitu merupakan suatu upaya dalam pemenuhan kebutuhan atau keinginan konsumen serta ketepatan saat penyampaian dalam memenuhi harapan dari konsumen. Kualitas pelayanan dalam transportasi darat yang diberikan oleh perusahaan otobus kepada pengguna jasa dapat berupa kendaraan bus ataupun pelayanan yang baik kepada konsumen. Untuk bisa menjamin kualitas pelayanan yang baik maka perlu seperti keramah tamahan dan kecepatan para karyawan, sopir dan kernet bus dalam menangani keluhan penumpang sehingga para konsumen bisa merasakan kepuasan dan merasa nyaman dalam menggunakan jasa dari perusahaan otobus dan yang tidak kalah pentingnya adalah jadwal kedatangan bus di terminal serta jam keberangkatan harus sesuai dengan yang tertera pada tiket. Apabila perusahaan otobus tersebut berhasil membangun kepuasan konsumen dalam hal kualitas pelayanannya, maka konsumen akan menetapkan pilihannya pada perusahaan otobus tersebut. (Budi Fermansah, 2017).

Tabel 1.1

Data Jumlah Penumpang PO. Madu Kismo Sebelum Covid 19 (2019)

No.	Tahun	Bulan	Jumlah Keberangkatan	Jumlah Penumpang
1.	2019	Maret	217	8.680
2.	2019	April	215	8.170
3.	2019	Mei	217	8.246
4.	2019	Juni	214	7.490
5.	2019	Juli	210	7.350
6.	2019	Agustus	205	6.150
7.	2019	September	203	6.125
8.	2019	Oktober	200	6.110
9.	2019	November	198	5.940
10.	2019	Desember	195	5.850
Jumlah			2.074	70.111

Sumber : Perusahaan PO. Madu Kismo

Tabel 1.2

Data Jumlah Penumpang PO. Madu Kismo Sesudah Covid 19 (2020)

No.	Tahun	Bulan	Jumlah Keberangkatan	Jumlah Penumpang
1.	2020	Maret	195	4.875
2.	2020	April	190	4.750
3.	2020	Mei	188	3.760
4.	2020	Juni	186	3.720
5.	2020	Juli	170	3.400
6.	2020	Agustus	170	3.230
7.	2020	September	168	3.192
8.	2020	Oktober	165	3.135

9.	2020	November	163	3.095
10.	2020	Desember	160	3.040
Jumlah			1.755	36.197

Sumber : Perusahaan PO. Madu Kismo

Pada tabel diatas terlihat jumlah penumpang pengguna PO. Madu Kismo dari bulan Maret 2019-Desember 2020 mengalami penurunan jumlah penumpang. Hal ini terjadi di sebabkan karena adanya Pandemi Virus Covid 19. Pada bulan Maret 2019 jumlah penumpang sebanyak 8.680. Pada bulan April 2019 jumlah penumpang sebanyak 8.170. Pada bulan Mei 2019 jumlah penumpang sebanyak 8.246. Pada bulan Juni 2019 jumlah penumpang sebanyak 7.490. Pada bulan Juli 2019 jumlah penumpang sebanyak 7.350. Pada bulan Agustus 2019 Jumlah penumpang sebanyak 6.150. Pada bulan Maret 2020 jumlah penumpang sebanyak 4.875.. Pada bulan April 2020 jumlah penumpang sebanyak 4.750. Pada bulan Mei 2020 jumlah penumpang sebanyak 3.760. Pada bulan Juni 2020 jumlah penumpang sebanyak 3.720. Pada bulan Juli 2020 jumlah penumpang sebanyak 3.400. Pada bulan Agustus 2020 jumlah penumpang sebanyak 3.230. Dapat dilihat dari data di atas jumlah penumpang PO. Madu Kismo mengalami penurunan jumlah penumpang. Penurunan jumlah penumpang terjadi bukan hanya di sebabkan oleh karena adanya covid 19, tetapi juga di sebabkan oleh banyaknya Perusahaan Otobus sehingga terjadi persaingan yang ketat antara Perusahaan Otobus. Maka dari itu perusahaan di tuntut untuk menyesuaikan orientasi pasar dan pemasarannya sehingga menarik keinginan para penumpang dan bagaimana dapat mempengaruhi keputusan para penumpang tersebut agar memilih moda transportasi Bus Madu Kismo sebagai pilihan utama bagi mereka.

Perusahaan Otobus Madu Kismo merupakan salah satu perusahaan bus lokal yang mampu bertahan sampai saat ini. Adapun armada yang dimilikinya cukup banyak dan ijin trayek Semarang-Denpasar memberikan kontribusi yang besar bagi perusahaan. Melihat

situasi pandemic covid 19 dan persaingan yang ketat antara PO. Madu Kismo, PO.Safari Darma Raya, PO. Gunung Harta dan PO. Pahala Kencana, penting bagi perusahaan untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan penumpang dalam memilih suatu jasa. Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas maka judul yang akan dipilih dalam penyusunan proposal ini adalah **“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Penumpang Dalam Menggunakan Bus Patas Jurusan Semarang-Denpasar. (studi kasus pada PO Madu Kismo jurusan Semarang-Denpasar)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Permasalahan yang di hadapi PO. Madu Kismo adalah seiring dengan meningkatnya jumlah pelayanan jasa transportasi yang membuat semakin ketatnya persaingan maka perusahaan di tuntutan untuk menyesuaikan orientasi pasar dan pemasarannya sehingga menarik keinginan para penumpang dan bagaimana dapat mempengaruhi keputusan para penumpang tersebut agar memilih moda transportasi bus Madu Kismo sebagai pilihan utama bagi mereka. Untuk dapat mencapai target yang telah di tentukan, maka perusahaan harus mengetahui apa yang menjadi kebutuhan para penumpang agar merasa tertarik untuk mencoba dan secara berkelanjutan untuk selalu menggunakan jasa bus Madu Kismo dengan jurusan Semarang-Denpasar.

Berdasarkan uraian yang diatas maka permasalahan dalam hal ini dapat di rumuskan sebagai berikut :

- a. Apakah faktor *brand image* berpengaruh terhadap keputusan penumpang dalam menggunakan Bus Patas Madu Kismo jurusan Semarang-Denpasar?
- b. Apakah faktor kebutuhan penumpang berpengaruh terhadap keputusan penumpang dalam menggunakan Bus Patas Madu Kismo jurusan Semarang-Denpasar?
- c. Apakah faktor nilai pengguna berpengaruh terhadap keputusan penumpang dalam menggunakan Bus Patas Madu Kismo jurusan Semarang-Denpasar?

1.3 Tujuan dan Kegunaan

1.3.1 Tujuan Penelitian

Penelitian ini tentunya memiliki tujuan-tujuan tertentu. Adapun yang menjadi tujuan yang di lakukannya penelitian ini adalah :

- a. Untuk menganalisis pengaruh faktor *brand image* terhadap keputusan penumpang dalam menggunakan Bus Patas Madu Kismo jurusan Semarang-Denpasar.
- b. Untuk menganalisis pengaruh faktor kebutuhan penumpang terhadap keputusan penumpang dalam menggunakan Bus Patas Madu Kismo jurusan Semarang-Denpasar .
- c. Untuk menganalisis pengaruh faktor nilai pengguna terhadap keputusan penumpang dalam menggunakan Bus Patas Madu Kismo jurusan Semarang-Denpasar.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

- a. Bagi penulis

Pematangan dari teori – teori yang pernah di dapatkan dalam perkuliahan dan di padukan dengan analisis lapangan dan pada akhirnya di rangkai menjadi sebuah penelitian.

- b. Bagi lembaga UNIMAR AMNI Semarang

Sebagai suatu hasil karya dan sebuah karya yang dapat di jadikan sebagai bahan wacana dan pustaka bagi mahasiswa-mahasiswi atau pihak lainnya yang memiliki ketertarikan meneliti di bidang yang sama.

- c. Bagi Insitusi

Memberikan masukan bagi perusahaan tentang faktor yang menarik minat penumpang dalam menggunakan Bus Patas Madu Kismo jurusan Semarang-Denpasar sehingga kedepannya penumpang lebih semakin banyak.

- d. Bagi Pembaca

Memberikan tambahan referensi dari hasil penelitian ini, sehingga dapat mengembangkan pemikiran-pemikiran yang logis atau ide yang nantinya berguna untuk perkembangan ilmu pengetahuan generasi berikutnya.

1.4 Sistematika Penulis

Sistematika penulis pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Bab 1: Pendahuluan

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, Tujuan dan kegunaan penelitian serta sistematik penulisan

Bab 2 : Tinjauan pustaka

Tinjauan pustaka bab ini berisi tentang landasan teori, yang digunakan dalam penelitian. Teori yang digunakan yaitu pengertian teori, transportasi, *brand image*, kebutuhan penumpang dan nilai pengguna terhadap keputusan penumpang bus, penelitian terdahulu, hipotesis, kerangka pemikiran teoritis.

Bab 3 : Metodologi penelitian

Bab ini yang berisi tentang variabel penelitian dan definisi operasional, penentuan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data dan metode analisis data.

Bab 4 : Hasil dan pembahasan

Bab ini berisi tentang Deskripsi obyek penelitian serta Analisis data dan pembahasan ,Implikasi Manajerial

Bab 5 : Bab ini berisi tentang Kesimpulan dan Saran.