

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Perkembangan teknologi dan industri membawa pengaruh besar bagi kehidupan manusia terutama dalam dunia usaha sekarang ini. Bisnis di era Abad ke-21 telah berkembang sangat pesat sehingga mengalami metamorfosis yang berkesinambungan. Setiap usaha di tiap kategori bisnis dituntut untuk memiliki kepekaan terhadap setiap perubahan yang terjadi. Begitu juga dengan transportasi, seiring dengan perkembangan zaman yang semakin pesat, sarana transportasi muncul menjadi kebutuhan yang tidak lepas dari kehidupan manusia sejak dulu. Hal ini disebabkan karena manusia sebagai makhluk yang mempunyai mobilitas diberbagai tempat. Tidak heran jika manusia selalu membutuhkan sarana transportasi.

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang dilakukan dalam rangka mencapai tujuan yaitu mempertahankan kelangsungan hidup untuk berkembang, dan mendapatkan laba. Pemasaran juga merupakan faktor penting dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Untuk itu kegiatan pemasaran harus dapat memberikan kepuasan konsumen jika perusahaan tersebut menginginkan usahanya tetap berjalan terus atau menginginkan konsumen mempunyai pandangan baik terhadap perusahaan.

Sekarang ini dibutuhkan suatu sarana transportasi yang cepat, aman, dan nyaman (Panjaitan dkk, 2010:1). Bagi masyarakat yang ingin pergi ke suatu tempat tertentu tanpa menggunakan transportasi pribadi, maka jasa transportasi umum seperti *travel* menjadi sarana transportasi umum tepat pilihan masyarakat

yang memberikan kenyamanan dan kemudahan. Biro perjalanan atau yang biasa disebut dengan *travel* oleh masyarakat luas ini adalah jasa pelayanan transportasi antar daerah dengan menggunakan minibus. *Travel* dianggap oleh sebagian masyarakat sebagai salah satu transportasi antar daerah yang lebih nyaman dibandingkan dengan transportasi lainnya seperti kereta atau bus, karena penumpang tidak harus berdesakan atau berdiri sepanjang perjalanan layaknya yang biasa terjadi pada transportasi kereta atau bus. Sehingga pilihan menggunakan *travel* semakin diminati oleh masyarakat.

Bisnis *travel* di kota-kota besar semakin hari semakin marak, sehingga tingkat persaingan antar perusahaan semakin tinggi dan ketat. Keadaan tersebut menyebabkan perusahaan pada umumnya berusaha untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaannya. Banyaknya perusahaan yang bergerak di bidang yang sama membuat masing-masing perusahaan harus memperhatikan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk menggunakan jasa yang ditawarkannya dibandingkan produk kompetitornya. Dengan memahami kebutuhan, keinginan, dan permintaan pelanggan, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi yang tepat.

PT. Dua Semar Transportasi merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa transportasi, yang melayani perjalanan pariwisata antar kota dan provinsi dengan menggunakan armada mini bus elf. Beberapa kelebihan dibandingkan transportasi lainnya seperti outbus yang biasa dipakai pada umumnya yaitu lebih nyaman dan efisien karena lebih bisa melayani pelanggan dengan mengantarkan pelanggan langsung pada tempat tujuan tanpa berpindah dari satu transportasi ke transportasi yang lainnya. PT. Dua Semar Transportasi mempunyai

5 unit armada Penumpang PT. Dua Semar Transportasi kebanyakan pelanggan menyewa untuk melakukan kegiatan religi seperti ziarah wali 9 atau untuk liburan keluarga atau kelompok atau urusan yang lainnya.

Menurut Kotler dan Keller (2009;139), secara umum, kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang. Penilaian pelanggan atas kinerja produk tergantung pada banyak faktor, terutama jenis hubungan loyalitas yang dimiliki pelanggan dengan sebuah merek. Konsumen sering membentuk persepsi yang lebih menyenangkan tentang Kepuasan konsumen ini sangat tergantung pada persepsi dan harapan konsumen itu sendiri.

Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi dan harapan konsumen ketika melakukan pembelian suatu barang atau jasa adalah kebutuhan dan keinginan yang dirasakan oleh konsumen tersebut pada saat melakukan pembelian suatu barang atau jasa, pengalaman masa lalu ketika mengkonsumsi barang atau jasa tersebut serta pengalaman teman-teman yang telah mengkonsumsi barang atau jasa tersebut.

Dengan sebuah pelayanan yang berkualitas maka konsumen akan merasa puas dengan layanan yang diberikan oleh karyawan, tak heran jika konsumen akan kembali datang lagi karena mendapatkan layanan yang memuaskan dari pihak perusahaan. Banyak cara yang dapat dilakukan untuk dapat meningkatkan

kualitas layanan di dalam perusahaan. Seorang manajer harus pandai menerapkan strateginya jika ini mendapatkan kepuasan dari konsumennya.

Pemulihan layanan memainkan peranan penting dalam mencapai kepuasan pelanggan. selain itu, pemulihan layanan membuktikan seberapa besar komitmen penyedia jasa terhadap kepuasan dan kualitas pelayanan terhadap pelanggan. dalam jangka panjang, pemulihan layanan juga mempengaruhi kepuasan konsumen dan profitabilitas perusahaan dimasa depan. Untuk memberikan pemulihan layanan yang baik penyedia jasa memang harus mengeluarkan biaya yang tidak sedikit. Namun, perusahaan harus melihat pemulihan layanan bukan sebagai pusat biaya , melainkan sebagai pusat keuntungan (*profit center*).

Pemulihan layanan memberikan keuntungan melalui kepuasan dan loyalitas pelanggan. pelanggan jasa yang loyal akan memberikan beberapa keuntungan, seperti menurunkan biaya promosi dan meningkatkan pendapatan (revenue). Informasi dari mulut ke mulut (*word-of-mouth-WoM*) yang terjadi antara pelanggan dan orang-orang disekitarnya adalah promosi garis yang efektif. Peningkatan pendapatan diperoleh dari pelanggan loyal yang kurang sensitif terhadap perubahan harga sehingga penyedia jasa bisa mengambil keuntungan lebih. (Peter dan C.Olson; 244), PT. Dua Semar Transportasi memebrikan pelayanan dengan sangat baik kepada pelanggan seperti driver nya sangat ramah dan saling kooperatif kepada penumpang.

Kegiatan penentuan harga memainkan peranan penting dalam proses bauran pemasaran, karenan penentuan harga terkait langsung nantinya dengan pendapatan yang diterima oleh perusahaan. Keputusan penentuan harga juga sedemikian penting dalam menentukan seberapa jauh sebuah layanan/jasa dinilai

oleh konsumen, dan juga dalam proses membangun citra. Penentuan harga juga memberikan persepsi tertentu dalam hal kualitas. Secara umum, penentuan harga biasanya dilakukan dengan menambah presentase diatas nilai atau besarnya biaya produksi. Pendekatan ini, bagaimanapun, dapat mengakibatkan kehilangan manfaat dalam strategi pemasaran. Perusahaan-perusahaan yang bergerak dibidang jasa perlu menggunakan strategi penentuan harga agar mampu bersaing dalam pasar yang kompetitif. Peter dan Olson (2014;136), PT. Dua Semar transportasi memberikan harga sesuai dengan tempat tujuan pelanggan.

Menurut pendapat dari Kotler (2009;75) menyatakan segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen. Sulastyono (2011;98) fasilitas adalah penyediaan perlengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada para tamu dalam melaksanakan aktivitas-aktivitasnya, sehingga kebutuhan-kebutuhan pengunjung dapat terpenuhi selama berkunjung.

Menurut Tjiptono (2008;43) fasilitas yang diperoleh dari interaksi pelanggan dengan fasilitas berpengaruh terhadap kualitas jasa tersebut dimata pelanggan. Menurut Subroto (2008;36) menyatakan bahwa fasilitas adalah segala sesuatu yang dapat memudahkan dan memperlancar suatu usaha dapat berupa benda-benda maupun uang. Lebih luas lagi tentang pengertian fasilitas menurut Arikunto (2008;2) adalah fasilitas dapat diartikan sebagai segala sesuatu yang dapat memudahkan dan memperlancar pelaksanaan segala sesuatu usaha. Fasilitas yang disediakan PT. Dua Semar Transportasi seperti Air Conditioner, Wifi dan tempat charger hand phone.

Dengan demikian PT. Dua Semar Transportasi harus selalu menjaga kualitas pelayanan agar kepuasan konsumen tetap tercapai. Berikut gambar 1.1 Data Penyewaan Jasa PT. Dua Semar Transportasi.



(Sumber PT. Dua Semar Transportasi Tahun 2017)

Gambar 1.1
Data Penyewaan Jasa PT. Dua Semar Transportasi

Bedasarkan data gambar 1.1 menunjukkan bahwa data penyewaan jasa travel PT. Dua Semar Transportasi di bulan Mei – September mengalami peningkatan. Pada bulan Mei PT. Dua Semar Transportasi memperoleh 78 order, bulan juni PT. Dua Semar Transportasi memperoleh 86 order, bulan juli PT. Dua Semar Transportasi memperoleh 88 order, bulan agustus PT. Dua Semar Transportasi memperoleh 95 order dan pada bulan september PT. Dua Semar Transportasi memperoleh 99 order. Hal tersebut menunjukkan peningkatan loyalitas pelanggan di PT. Dua Semar Transportasi.

Berdasarkan berbagai masalah tersebut, maka PT. Dua Semar Transportasi, menyadari akan pentingnya pelayanan jasa karena pada kenyataannya strategi pemasaran jasa ini belum optimal dan kurang terlaksana dengan baik. Penyampaian jasa harus dilakukan dengan efektif dan berkesinambungan oleh PT. Dua Semar Transportasi karena jasa transportasi merupakan jasa kontak yang memiliki interaksi secara signifikan antara pelanggan,

karyawan penyedia jasa serta fasilitas fisik pendukung serta antara karyawan penyedia jasa dengan penumpang secara bersama-sama memainkan peran penting menjadi ujung tombak dalam membentuk pengalaman jasa penumpang dan dapat mempengaruhi persepsi penumpang mengenai kualitas jasa secara keseluruhan. Jika penumpang memahami bahwa penyampaian jasa yang diberikan oleh perusahaan memenuhi harapan, maka akan tercipta kepuasan dan hal ini memberikan manfaat diantaranya hubungan antara perusahaan dengan penumpang harmonis, dan dapat terbentuk rekomendasi positif dengan cara *word of mouth* yang akan menciptakan kepuasan konsumen dan pada akhirnya akan meningkatkan laba bagi perusahaan.

Berdasarkan uraian dan latar belakang, maka peneliti ingin mengetahui lebih jauh dan tertarik untuk melakukan penelitian tentang: **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen PT. Dua Semar Transportasi”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah diuraikan di atas, maka dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen PT. Dua Semar Transportasi ?
2. Apakah harga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen PT. Dua Semar Transportasi ?
3. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen PT. Dua Semar Transportasi ?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen PT. Dua Semar Transportasi.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen PT. Dua Semar Transportasi.
3. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap kepuasan konsumen PT. Dua Semar Transportasi.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti.

Penelitian ini merupakan sarana untuk memperluas wawasan dan ilmu pengetahuan serta bermanfaat sebagai perbandingan ilmu dan teori yang diterima selama masa perkuliahan dengan praktek dilapangan serta untuk memenuhi salah satu persyaratan akademis untuk memenuhi dalam menyelesaikan studi dan meraih gelar sarjana (S1) di Universitas Muhammadiyah Gresik.

2. Bagi PT. Dua Semar Transportasi

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan masukan bagi pihak manajemen dan akan memberikan pengetahuan dan wawasan yang lebih luas bagi karyawan PT. Dua Semar Transportasi, khususnya didalam manajemen pemasaran yang terkait mengenai kualitas pelayanan, harga dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen

3. Bagi Mahasiswa atau Akademisi.

Sebagai bahan refrensi untuk menambah wawasan, pengetahuan maupun sebagai bahan penelitian selanjutnya.