

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Era globalisasi sekarang ini, menuntut Badan Usaha Milik Negara (BUMN) untuk meningkatkan pelayanan secara professional sesuai dengan bidangnya masing-masing. Perubahan teknologi dan arus informasi yang sangat cepat telah mendorong perusahaan untuk menghasilkan produk atau layanan yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, sehingga konsumen merasa puas dengan apa yang telah mereka dapatkan dari perusahaan. Banyak cara yang dapat dilakukan perusahaan yaitu dengan memberikan kesan atau citra yang baik dalam hal prosuk maupun pelayanan terhadap konsumen.

Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang ada di Indonesia sangat berpengaruh dalam perkembangan dunia usaha dan masyarakat dalam menjalankan usahanya, karena kebanyakan dari perusahaan milik pemerintah tersebut telah memonopoli beberapa bidang usaha yang mengatur kehidupan dan kebutuhan hidup masyarakat banyak. Oleh karena itu, dalam mengatur dan menjalankan usahanya, BUMN diatur dan dikelola oleh pemerintah karena sangat berhubungan dengan nasib masyarakat Indonesia.

BUMN harus dapat memberikan kepuasan kepada masyarakat selaku konsumen dan memberikan citra baik di mata masyarakat dengan cara memberikan pelayanan yang berkualitas. Melihat keadaan tersebut, pemerintah berupaya agar BUMN berusaha dapat memperbaiki keadaan dengan memberikan pelayanan yang terbaik kepada masyarakat. Dengan pelayanan yang baik, diharapkan masyarakat akan merasa dihargai dan tidak merasa diabaikan haknya dan akhirnya masyarakat sebagai pengguna dan pelanggan dari

jasa yang ditawarkan oleh perusahaan milik pemerintah tersebut akan merasa puas.

Pelayana merupakan unsure yang sangat penting di dalam usaha meningkatkan kepuasan konsumen. Pada dasarnya posisi pelayanan ini merupakan faktor pendukung terhadap aktivasi pemasaran jasa PT Kereta Api Indonesia (PT KAI) Stasiun Surabaya Pasar Turi. Dalam rangka meningkatkan pelayanan di bidang transportasi PT Kereta Api Indonesia (PT KAI) Stasiun Surabaya Pasar Turi kepada masyarakat pada umumnya dan pelanggan pada khususnya. Jika pelayanan yang diberikan memenuhi permintaan pelanggan, maka pelanggan merasa puas dan bila jasa pelayanan berada dibawah tingkat yang diharapkan, pelanggan akan merasa puas. Pelanggan yang merasa tidak puas terhadap pelayaan yang diberikan, dengan sendirinya akan menceritakan kepada orang lain sebagai bahan complain atas ketidakpuasannya. Oleh karena itu, pengukuran kepuasan akan pelayanan yang diberikan oleh PT Kereta Api Indonesia (PT KAI) Stasiun Surabaya Pasar Turi harus selalu dilakukan untuk mengetahui dan merencanakan strategi yang lebih baik dimasa depan guna untuk meningkatkan kualitas pelayanan agar dapat memenuhi keinginan dan kebuthan konsumen serta meminimalisir masalah.

Dari penjelasan latar belakang diatas, penulis mengangkat judul **“Faktor Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa PT Kereta Api Indonesia (PT KAI) Stasiun Surabaya Pasar Turi.”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *tangible* atau bukti fisik berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa PT Kereta Api Indonesia (PT KAI) Stasiun Surabaya Pasar Turi?
2. Apakah *reliability* atau keandalan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa PT Kereta Api Indonesia (PT KAI) Stasiun Surabaya Pasar Turi?
3. Apakah *responsiveness* atau ketanggapan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa PT Kereta Api Indonesia (PT KAI) Stasiun Surabaya Pasar Turi?
4. Apakah *assurance* atau jaminan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa PT Kereta Api Indonesia (PT KAI) Stasiun Surabaya Pasar Turi?
5. Apakah *empathy* atau empati berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa PT Kereta Api Indonesia (PT KAI) Stasiun Surabaya Pasar Turi?
6. Apakah *tangible* atau bukti fisik, *reliability* atau keandalan, *responsiveness* atau ketanggapan, *assurance* atau jaminan, dan *empathy* atau empati secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa PT Kereta Api Indonesia (PT KAI) Stasiun Surabaya Pasar Turi?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui *tangible* atau bukti fisik berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa PT Kereta Api Indonesia (PT KAI) Stasiun Surabaya Pasar Turi.

2. Untuk mengetahui *reliability* atau keandalan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa PT Kereta Api Indonesia (PT KAI) Stasiun Surabaya Pasar Turi.
3. Untuk mengetahui *responsiveness* atau ketanggapan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa PT Kereta Api Indonesia (PT KAI) Stasiun Surabaya Pasar Turi.
4. Untuk mengetahui *assurance* atau jaminan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa PT Kereta Api Indonesia (PT KAI) Stasiun Surabaya Pasar Turi.
5. Untuk mengetahui *empathy* atau empati berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa PT Kereta Api Indonesia (PT KAI) Stasiun Surabaya Pasar Turi.
6. Untuk mengetahui *tangible* atau bukti fisik, *reliability* atau keandalan, *responsiveness* atau ketanggapan, *assurance* atau jaminan, dan *empathy* atau empati secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa PT Kereta Api Indonesia (PT KAI) Stasiun Surabaya Pasar Turi.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan berguna bagi semua pihak terutama pihak yang memiliki kepentingan langsung dalam masalah yang dibahas dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan: untuk memberikan saran dan masukan yang bermanfaat bagi perusahaan sehingga dapat meningkatkan kualitas pelayanan demi memperoleh kepuasan dari pelanggan.
2. Bagi peneliti: untuk tambahan ilmu dan pengetahuan serta informasi yang digunakan dalam penelitian.

3. Bagi peneliti selanjutnya: sebagai referensi yang dapat memberikan perbandingan dalam melakukan penelitian dibidang yang sama.