

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia bisnis dan perkembangan ekonomi suatu negara atau daerah tidak terlepas dari pengaruh perkembangan infrastruktur, sarana dan prasarana yang mendukung. Seperti misalnya pembangunan akses jalan, pasar, pelayanan kesehatan, dan bahkan alat transportasi. Alat transportasi saat ini tidak hanya menjadi kebutuhan masyarakat umum akan tetapi juga menjadi ladang bisnis yang menjanjikan. Pada jaman yang berkembang pesat saat ini transportasi sangat dibutuhkan pada kehidupan seseorang dalam menjalankan aktifitasnya apalagi ketika seseorang tersebut menjalankan perjalanan jarak jauh. Transportasi adalah salah satu sektor jasa yang mempunyai peran cukup vital dalam menunjang aktivitas masyarakat sehari-hari, karena transportasi merupakan unsur yang penting dan berfungsi sebagai urat nadi kehidupan dan perkembangan ekonomi, sosial, politik, dan mobilitas penduduk yang tumbuh bersamaan dan mengikuti perkembangan yang terjadi dalam berbagai bidang. Bisnis transportasi dari tahun ke tahun terus meningkat seiring perkembangan jaman. Berbagai transportasi hadir dengan berbagai pilihan yang mampu dijangkau berbagai lapisan masyarakat.

Berkembangnya keadaan ekonomi negara dan bertambahnya jumlah penduduk yang lambat laun semakin tinggi menyebabkan banyaknya jumlah pergerakan baik di dalam maupun ke luar daerah. Hal tersebut memberi konsekuensi logis yaitu perlu adanya keseimbangan antara sarana dan prasarana khususnya di bidang transportasi. Hal ini dimaksudkan untuk menunjang mobilitas

penduduk dalam melaksanakan aktivitasnya. Salah satu cara untuk memenuhi kebutuhan pelayanan jasa ini yaitu dengan penyediaan pelayanan transportasi. Pada dasarnya ada tiga jenis transportasi, yaitu transportasi darat, transportasi laut dan transportasi udara. Ketiga jenis transportasi itu masing-masing memiliki tingkat persaingan yang semakin hari semakin meningkat. Dalam era globalisasi banyak perusahaan yang berlomba-lomba dalam merebut pasar, artinya perusahaan akan bersaing mendapatkan jumlah penumpang untuk meningkatkan profit perusahaan mereka. Persaingan bisnis antar perusahaan transportasi sangat ketat, baik perusahaan yang bergerak di bidang transportasi darat, laut, maupun udara. Perusahaan yang ingin tetap unggul harus pandai merebut pasar salah satunya dengan memberikan pelayanan yang berkualitas dengan harga yang lebih murah, hal ini disebabkan karena adanya persaingan yang semakin kompetitif dengan perusahaan lainnya. Bisnis transportasi khususnya darat semakin tumbuh pesat, salah satu contohnya adalah bus. Banyak sekali muncul perusahaan otobus (PO) baru, misalnya saja di Jawa timur ada PO Kemenangan, Indonesia, Sinar Mandiri Mulia, Jaya Utama, Tentrem, Restu, Akas, Menggala, Harapan Jaya, Pelita Indah, Mira, dll.

Perusahaan otobus tentunya harus sadar akan tingginya persaingan dalam pasar globalisasi saat ini, sehingga memicu bagi pihak perusahaan otobus untuk selalu mengantisipasi dengan berbagai cara agar dapat memperoleh pangsa pasar. Dengan semakin besarnya pangsa pasar yang diperoleh maka dimungkinkan suatu perusahaan otobus tersebut dapat terus bersaing dan melanjutkan kelangsungan usahanya. Perkembangan teknologi dan arus informasi yang serba cepat membuat para pelanggan menuntut lebih atas sebuah produk jasa. Pelanggan biasanya memilih perusahaan otobus (PO) yang memberikan nilai terbesar bagi mereka. Oleh karena itu kunci agar berhasil dan

dapat mempertahankan pasar tersebut adalah memahami dengan baik kebutuhan dan pembelian mereka, termasuk didalamnya dengan memberikan mutu dan *service* yang terbaik. Berbagai strategi dipilih oleh para perusahaan otobus untuk bertahan di tengah badai persaingan yang ketat. Tujuannya ialah untuk mencapai loyalitas pelanggan (*customer loyalty*), dikarenakan hal ini sangat menguntungkan bagi perusahaan otobus yang merupakan kunci untuk mempertahankan hidup sebuah perusahaan dalam jangka panjang.

Akhir-akhir ini semakin banyak berdirinya perusahaan otobus yang menawarkan berbagai macam pelayanan dan fasilitas lengkap dengan teknologi modern untuk memanjakan konsumen disertai dengan penawaran harga yang bervariasi dan kompetitif, salah satunya ialah PO Sumber Group (PO Sumber Selamat dan PO Sugeng Rahayu). PO Sumber Group sebagai salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jasa transportasi bus terbesar di Jawa Timur, dengan jumlah armada mencapai 240 bus dan selama 7x24 jam pelayanan. PO Sumber Group berusaha untuk memberikan pelayanan dan fasilitas-fasilitas yang terbaik di hati masyarakat sesuai dengan mottonya "melayani setulus hati".

Oleh karena itu PO Sumber Group memberikan *service* yang terbaik agar masyarakat tertarik untuk menggunakan armadanya sebagai alat transportasi, namun itu tidak mudah untuk dilakukan mengingat para pesaing yang memberikan layanan yang sama-sama memberikan fasilitas-fasilitas yang baik. Berbagai usaha telah dilakukan PO Sumber Group untuk memberikan yang terbaik bagi pengguna jasanya dengan segenap sumber daya yang dimiliki. Walaupun sudah memberikan berbagai layanan yang terbaik, namun semua hal di atas belum membuat *customer* terpuaskan atau belum bisa mencapai tujuan dari PO Sumber Group yaitu menciptakan loyalitas pelanggan. Untuk mencapai tujuan tersebut, maka perlu diukur dan diidentifikasi pengaruh dari kualitas pelayanan (*quality*

service), desain produk (*product design*), kebijakan harga (*price policy*), kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*). Keempat variabel ini sangat berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada perusahaan otobus. Tingkat kepuasan customer sendiri tergantung pada kualitas pelayanan yang ditawarkan oleh perusahaan. Kotler mendefinisikan kepuasan adalah sebagai berikut : “Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya”. (Philip Kotler, 1995:46)

Jadi kepuasan pelanggan tergantung pada anggapan kinerja dalam menyerahkan nilai relatif terhadap harapan pembeli. Bila kinerja jauh lebih rendah ketimbang harapan, pelanggan tidak puas, jika kinerja sesuai harapan, maka pelanggan puas, bila kinerja melebihi harapan, maka pelanggan merasa amat puas. Pelanggan yang merasa amat puas dan pelanggan yang merasa puas akan tetap loyal dan mereka akan memberikan informasi kepada orang lain mengenai pengalaman baik dengan kinerja yang dirasakan. PO Sumber Group berusaha untuk terus meningkatkan kualitas pelayanannya sesuai dengan yang diinginkan oleh konsumen pengguna jasa armadanya, tetapi dalam kenyataannya masih banyak opini miring yang datang dari konsumen terhadap jasa yang diberikan. Opini-opini tersebut sangatlah beralasan karena pada kenyataannya, pelayanan dari PO Sumber Group masih banyak kekurangan. Salah satu cermin buruknya pelayanan dari PO Sumber Group yaitu pada beberapa tahun lalu sering terjadi kecelakaan lalu lintas yang melibatkan armada PO Sumber Group. Padahal tujuan utama dari sistem transportasi pada umumnya adalah faktor keselamatan, tidak terkecuali transportasi darat yang dalam pengoperasiannya harus mengutamakan keselamatan. Dengan adanya rangkaian kejadian kecelakaan maka akan berimbas pada loyalitas pelanggan dan citra PO Sumber Group akan menurun seiring banyaknya opini-opini negatif yang timbul di masyarakat.

Loyalitas pelanggan merupakan tujuan pokok suatu perusahaan karena akan sangat menguntungkan perusahaan, utamanya perusahaan yang berorientasi pada *profit*. Bagi perusahaan, loyalitas pelanggan merupakan aset yang paling utama dan mempunyai nilai yang sangat berharga. Oleh karena itu, PO Sumber Group terus berusaha untuk memulihkan kredibilitasnya dimata masyarakat agar tidak ditinggalkan oleh pelanggannya. Selain PO Sumber Group, juga terdapat PO lain yang melayani trayek Surabaya-Madiun-Solo-Jogja. Oleh sebab itu diperlukan langkah-langkah agar loyalitas pelanggan/penumpang kepada perusahaan tetap terjaga.

Senada dengan Philip Kotler, terciptanya kepuasan konsumen menurut Tjiptono (2005) ialah “dapat memberikan beberapa manfaat, di antaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis, menjadi dasar yang baik bagi pembelian ulang (*repeated buying*), terciptanya loyalitas pelanggan akan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan”. (Tjiptono, 2005)

Dengan adanya *image* perusahaan yang baik di mata pelanggan atau masyarakat dapat dibangun melalui pelayanan yang baik pula dari karyawan sehingga akan menjadikan pelanggan enggan untuk beralih ke perusahaan lain. Apabila image perusahaan yang baik di mata pelanggan dan ditunjang oleh jaminan kenyamanan dan keamanan maka pelanggan akan loyal atau setia, begitu pula loyalitas pelanggan akan tercapai apabila kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan otobus dapat memenuhi harapan dan keinginan pelanggan. Dengan kualitas pelayanan (*quality service*), desain produk (*product design*), kebijakan harga (*pricing policy*), dan kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) diyakini semakin kuat untuk menciptakan loyalitas pelanggan.

Loyalitas pelanggan merupakan asset yang penting untuk eksistensi sebuah perusahaan untuk tetap bertahan dan mampu bersaing dengan para kompetitornya. Oleh karena itu agar perusahaan mampu terus bertahan dalam persaingan yang semakin ketat, suatu perusahaan perlu mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan. Faktor-faktor pendukung loyalitas pelanggan yang digunakan dalam penelitian kali ini adalah kualitas pelayanan (*quality service*), desain produk (*product design*), kebijakan harga (*pricing policy*), dan kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*), karena tujuan dari penelitian ini adalah melihat tingkat loyalitas pelanggan dari perspektif pelanggan.

Karena menurut Oliver (1999) loyalitas adalah “suatu komitmen yang mendalam untuk membeli kembali atau berlangganan suatu produk atau jasa secara konsisten di masa yang akan datang sehingga dapat menyebabkan pengulangan pembelian merek yang sama walaupun ada pengaruh situasi dan berbagai usaha pemasaran yang berpotensi untuk menyebabkan tindakan perpindahan merek”.

Untuk meningkatkan loyalitas pelanggan pada penumpang bus, maka perusahaan perlu memerhatikan faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas pelanggan seperti : kualitas pelayanan (*quality service*), desain produk (*product design*), kebijakan harga (*pricing policy*), dan kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) terhadap produk-produk perusahaan yang ditawarkan maupun jasa pelayanan yang diberikan oleh perusahaan otobus. Pelanggan yang loyal atau setia akan memberikan keuntungan yang besar kepada perusahaan otobus, selain itu pelanggan yang loyal akan selalu membela perusahaan bahkan berusaha pula untuk menarik dan memberi saran kepada pelanggan lain untuk

menjadi pelanggan pada perusahaan otobus. Berikut daftar pelanggan bus PO Sumber Group selama periode Januari 2016 s/d Juli 2016 :

Tabel 1.1

**Data Jumlah Penumpang Bus Sumber Group Jurusan Surabaya-Yogyakarta
Januari 2016 – Juli 2016**

Bulan	Jumlah Penumpang
Januari 2016	11.040
Februari 2016	17.906
Maret 2016	18.827
April 2016	10.832
Mei 2016	16.013
Juni 2016	20.340
Juli 2016	22.950
Jumlah	117.908

Sumber : Data diolah

Berdasarkan uraian tersebut di atas, penulis tertarik dalam memilih judul : **“Pengaruh kualitas pelayanan, desain produk, kebijakan harga, kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan bus PO Sumber Group jurusan Surabaya-Yogyakarta”**.

1.2 Rumusan Masalah

Dengan tingginya tingkat kebebasan pelanggan untuk memilih jasa pelayanan transportasi dan semakin tingginya kesadaran akan nilai-nilai

kepuasan, maka penelitian ini memandang adanya permasalahan mengenai loyalitas pelanggan yang dihadapi setiap perusahaan jasa. Adapun masalah dari penelitian ini adalah “kualitas pelayanan (*quality service*), desain produk (*product design*), kebijakan harga (*pricing policy*), dan kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) terhadap loyalitas pelanggan pada PO Sumber Group”. Selanjutnya untuk menjawab pertanyaan pada penelitian tersebut, akan digunakan pertanyaan-pertanyaan penelitian sebagai berikut:

- 1) Apakah kualitas pelayanan (*quality service*) berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada PO Sumber Group?
- 2) Apakah desain produk (*product design*) berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada PO Sumber Group?
- 3) Apakah kebijakan harga (*pricing policy*) berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada PO Sumber Group?
- 4) Apakah kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada PO Sumber Group?

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk melihat sejauh mana pengaruh kualitas pelayanan (*quality service*), desain produk (*product design*), kebijakan harga (*pricing policy*), dan kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) mempengaruhi loyalitas pelanggan PO Sumber Group maka, yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan (*quality service*) terhadap loyalitas pelanggan pada PO Sumber Group.
- 2) Untuk menganalisis pengaruh desain produk (*product design*) terhadap loyalitas pelanggan pada PO Sumber Group.
- 3) Untuk menganalisis pengaruh kebijakan harga (*pricing policy*) terhadap loyalitas pelanggan pada PO Sumber Group.

- 4) Untuk menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) terhadap loyalitas pelanggan pada PO Sumber Group.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam hal perumusan kebijakan pelayanan terhadap pelanggan maupun pengembangan PO Sumber Group baik sarana maupun prasarana seperti penyempurnaan fasilitas yang dimiliki oleh PO Sumber Group dan pelayanan terhadap konsumen lebih ditingkatkan untuk masa yang akan datang, sehingga akan dapat menambah loyalitas pelanggan pada PO Sumber Group. Juga sebagai bahan referensi para pembaca khususnya kepada mahasiswa yang tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas pelanggan PO Sumber Group.

Manfaat yang diperoleh dari hasil penelitian ini adalah :

- 1) Penelitian dimaksudkan untuk mengembangkan wawasan keilmuan dan sebagai sarana penerapan ilmu pengetahuan yang selama ini penulis peroleh dari bangku kuliah.
- 2) Bagi perusahaan, dari hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi sumber masukan bagi perusahaan untuk dapat mengetahui faktor mana yang paling dominan dalam mengetahui loyalitas pelanggan sehingga perusahaan dapat menentukan strategi dimasa mendatang khususnya mengenai faktor yang mempengaruhi sikap loyalitas pelanggan PO Sumber Group.

- 3) Bagi pembaca sebagai bahan masukan dan referensi bagi pihak-pihak yang berkepentingan terhadap masalah loyalitas pelanggan.