

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era modern sekarang ini pertumbuhan sektor jasa semakin berkembang pesat. Dalam kehidupan sehari-hari banyak di jumpai berbagai bisnis jasa di kalangan masyarakat. Berkembangnya sektor perusahaan jasa dapat dilihat dari laju pertumbuhan PDB sektor jasa perusahaan sebesar 8,04 persen tahun 2018 (Kementrian PPN / Bappenas, 2018). Salah satu contoh bisnis dibidang jasa yang saat ini sedang berkembang adalah perusahaan jasa transportasi. Perusahaan jasa transportasi merupakan suatu unit kegiatan ekonomi di tempat tertentu yang menyediakan jasa angkutan penumpang maupun barang dari satu tempat ke tempat lainnya menggunakan alat angkutan bermotor atau tidak bermotor melalui darat, air, dan udara kemudian mendapat balas jasa.

Jasa transportasi menjadi suatu sarana yang sangat diperlukan diberbagai sendi kehidupan pada saat ini. Setiap orang membutuhkan kendaraan pribadi atau kendaraan angkutan umum untuk menuju ke suatu tempat yang dituju baik itu jarak dekat maupun jarak jauh, selain itu perusahaan membutuhkan armada transportasi untuk mendistribusikan barang dari gudang kepada konsumen dipasar. Transportasi atau kendaraan menjadi suatu kebutuhan turunan dari adanya aktivitas ekonomi, sosial, budaya, dan sebagainya (Lestari, 2014).

Jenis-jenis kendaraan diantaranya yaitu pesawat, kapal, dan bus dimana bus yang beroperasi di Indonesia memiliki tiga jenis tipe transportasi yang

digolongkan berdasarkan daerah atau wilayah yang dilaluinya, yaitu: Antar Kota Dalam Provinsi (AKDP), Antar Kota Antar Propinsi (AKAP), dan Pariwisata (Dephub.go.id, 2014). Saat ini bus yang beroperasi di Indonesia sangat banyak dari berbagai macam perusahaan jasa transportasi Bus milik Badan Usaha Milik Negara (BUMN) dan Badan Usaha Milik Swasta (BUMS).

Meningkatnya perusahaan yang bergerak di bidang transportasi mendorong setiap perusahaan tersebut untuk memberikan pelayanan yang terbaik dengan fasilitas yang memadai bagi konsumennya agar mereka merasa puas terhadap jasa yang mereka rasakan dan mau menjadi pelanggan. Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan (Tjiptono, 2004). Pelanggan yang merasa puas akan menyebarkan rasa puasnya kepada calon pelanggan lain, selain itu dengan adanya kepuasan pelanggan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan pada suatu perusahaan. Untuk membangun loyalitas dan kepuasan pelanggan, diperlukan strategi dalam hal pengelolaan konsumen. Perusahaan harus mampu mengenal kebutuhan dan harapan konsumen saat ini maupun yang akan datang.

Kepuasan pelanggan merupakan tingkat kesesuaian antara produk dan/atau jasa pelayanan yang diinginkan dengan kenyataan yang diterima (Prihastono, 2012). Tingkat kesesuaian tersebut merupakan hasil penilaian yang dilakukan oleh konsumen berdasarkan pada pengetahuan dan pengalamannya. Kepuasan pelanggan ditentukan oleh kualitas jasa yang dikehendaki sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama dan dijadikan tolak ukur keunggulan daya saing perusahaan. Untuk memperoleh gambaran tentang kepuasan konsumen, maka

perlu diketahui arti kualitas pelayanan (Supranto, 2006). Menurut Pasuraman dan Zeithaml dalam Simamora (2000), kualitas pelayanan adalah sesuatu yang kompleks terdiri dari lima unsur, diantaranya *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, dan *tangibles*.

وَأَوْفُوا بِعَهْدِ اللَّهِ إِذَا عَاهَدْتُمْ وَلَا تَنْفُضُوا الْأَيْمَانَ بَعْدَ تَوْكِيدِهَا وَقَدْ
 جَعَلْتُمُ اللَّهَ عَلَيْكُمْ كَفِيلًا إِنَّ اللَّهَ يَعْلَمُ مَا تَفْعَلُونَ

Artinya:

Dan tepatilah perjanjian dengan Allah apabila kamu berjanji dan janganlah kamu membatalkan sumpah-sumpah(mu) itu, sesudah meneguhkannya, sedang kamu telah menjadikan Allah sebagai saksimu (terhadap sumpah-sumpahmu itu). Sesungguhnya Allah mengetahui apa yang kamu perbuat (QS. An-Nahl 91)

Menurut Parasuraman, *et.al* (1988) dalam Lupiyoadi (2001) *Reliability* (kehandalan) yaitu kemampuan organisasi untuk memberi pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, bersikap simpatik dan dengan akurasi yang tinggi. Hal ini berarti perusahaan memberikan jasanya secara tepat semenjak saat pertama (*right the first time*). Selain itu juga perusahaan harus memenuhi janjinya, misalnya menyampaikan jasanya sesuai dengan jadwal yang disepakati.

Responsiveness (ketanggapan) yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsif*) dan tepat kepada kepada

pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan konsumen menunggu akan menciptakan persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan. Hal ini berarti kemampuan perusahaan dalam melayani konsumen secara cepat dan sigap. *Assurance* (jaminan) yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan sopan santun. *Emphaty* (empati) yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

Tangibles (bukti fisik) yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Hal ini meliputi fasilitas fisik (contoh: gedung, gudang, dan lain-lain), perlengkapan dan peralatan yang digunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya.

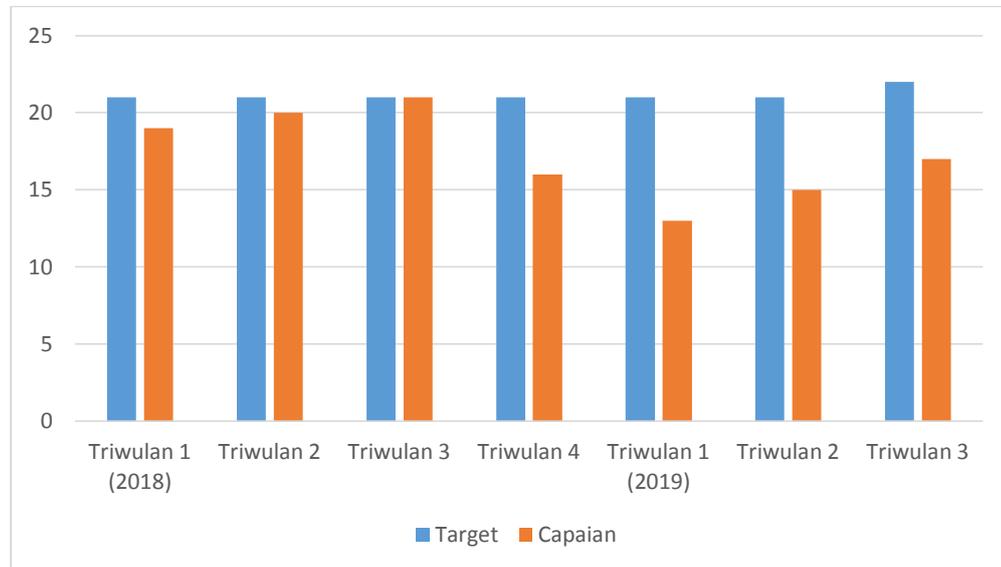
Armada UMY merupakan salah satu unit bisnis UMY yang bergerak pada bidang transportasi yaitu penyewaan bus. Unit bisnis ini berdiri sejak tahun 2011. Tujuan adanya Armada UMY yaitu untuk mendapatkan penghasilan diluar SPP mahasiswa dalam bidang penyewaan jasa transportasi. Menurut wawancara

dengan pengelola Armada UMY, dalam pelaksanaannya Armada UMY memperhatikan etika-etika bisnis diantaranya tidak ada gharar, tidak terdapat maisir atau perjudian, serta tidak ada kecurangan maupun penipuan. Namun Armada UMY masih mengandung unsur riba dalam kegiatan bisnisnya. Selain itu, Armada UMY sangat memperhatikan kualitas dan layanan produk yang dinilai sebagai faktor utama untuk membangun kepuasan pelanggan.

Pada kenyataannya menurut salah satu penumpang Armada UMY, bus Armada UMY masih nyaman untuk digunakan sebagai sarana transportasi namun *Air Conditioner* kurang dingin (*tangible*), *driver* bus menyampaikan informasi kepada penumpang dengan cukup baik (*reliability*), daya tanggap *driver* terhadap kebutuhan penumpang sudah cukup baik dengan bersedia berhenti ketika waktu shalat (*responsiveness*), jaminan ketepatan waktu datangnya bus sudah sesuai dengan perjanjian (*assurance*), sikap *driver* sudah baik kepada para penumpang dengan bersedia mendengarkan keluhan penumpang yang meminta untuk diputarkan musik selama di perjalanan (*emphaty*). Sehingga UMY Armada merupakan perusahaan jasa transportasi yang memperhatikan kualitas layanan untuk membangun kepuasan pelanggan Armada UMY.

Menurut Budiarto dan Dolly (2001) dalam Syahbana, D (2016), ada tiga tingkat kepuasan yaitu, pelanggan sangat puas, pelanggan puas, dan pelanggan tidak puas. Pelanggan sangat puas jika layanan yang diterima sama dengan layanan yang diharapkan, pelanggan puas jika layanan yang diterima sama dengan layanan yang diharapkan, pelanggan tidak puas jika layanan yang diterima tidak sebagus layanan yang diharapkan. Berikut merupakan data target dan realisasi

UMY Armada dalam melakukan penyewaan bus kepada para konsumen selama bulan Januari 2018-Agustus 2019:



Sumber: Data dari Armada UMY

Gambar 1. 1
Data Target dan Realisasi Armada UMY dalam Penyewaan Bus

Berdasarkan gambar 1.2 menunjukkan bahwa masih banyak realisasi yang belum memenuhi target pencapaian penyewaan bus. Dari data tersebut menunjukkan bahwa realisasi penyewaan bus pada tahun 2019 lebih rendah dibandingkan pada tahun 2018 dan diperoleh nilai *gap* antara target dan realisasi tertinggi yaitu pada triwulan 1 tahun 2019 sebesar 0,61% dan *gap* terendah pada triwulan 3 tahun 2018 0%. Hal tersebut menunjukkan bahwa UMY Armada masih perlu meningkatkan kualitas pelayanan kepada para konsumen. Pentingnya kualitas pelayanan bagi sebuah usaha yang bergerak di bidang jasa menjadikan penulis tertarik untuk mengangkat menjadi sebuah penelitian. Oleh karena itu,

pada penelitian ini penulis mengambil judul “*Analisis Kepuasan Penumpang Terhadap Pelayanan Bus Armada di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta*”.

B. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas perlu adanya pembatasan masalah agar ruang lingkup penelitian ini menjadi lebih jelas. Penulis membatasi masalah pada:

1. Waktu wawancara yaitu November 2019 – Januari 2020.
2. Tempat penelitian yaitu Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Objek penelitian ini adalah penumpang atau pengguna bus Armada UMY.
4. Penelitian yang dilakukan pada kualitas pelayanan yang terdiri dari *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, dan *tangibles* sebagai variabel independen, serta kepuasan pelanggan sebagai variabel dependen.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka penulis merumuskan permasalahan yang menjadi pokok penelitian:

1. Bagaimana pengaruh *reliability* terhadap kepuasan penumpang Armada UMY?
2. Bagaimana pengaruh *responsiveness* terhadap kepuasan penumpang Armada UMY?
3. Bagaimana pengaruh *assurance* terhadap kepuasan penumpang Armada UMY?

4. Bagaimana pengaruh *emphaty* terhadap kepuasan penumpang Armada UMY?
5. Bagaimana pengaruh *tangibles* terhadap kepuasan penumpang Armada UMY?

D. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai oleh penulis dalam melakukan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh variabel *reliability* terhadap kepuasan penumpang Armada UMY.
2. Untuk mengetahui pengaruh variabel *responsiveness* terhadap kepuasan penumpang Armada UMY.
3. Untuk mengetahui pengaruh variabel *assurance* terhadap kepuasan penumpang Armada UMY.
4. Untuk mengetahui pengaruh variabel *emphaty* terhadap kepuasan penumpang Armada UMY.
5. Untuk mengetahui pengaruh variabel *tangibles* terhadap kepuasan penumpang Armada UMY.

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai faktor-faktor yang menyebabkan masyarakat lebih memilih menyewa Bus pada Armada UMY
- b. Dapat memberikan pengetahuan tentang faktor-faktor dalam menyewa Bus pada Armada UMY dibandingkan dengan Perusahaan jasa transportasi lainnya.
- c. Dapat menjadi referensi dan informasi untuk penelitian selanjutnya agar lebih baik.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan dan menambah koleksi bacaan dan informasi sehingga dapat digunakan sebagai sarana dalam menambah wawasan yang lebih luas.
- b. Bagi Mahasiswa
Penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk referensi dan sumber informasi mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat lebih memilih menyewa bus pada Armada UMY.
- c. Bagi Peneliti
 - 1) Penelitian ini dilaksanakan untuk menyelesaikan studi dan mendapat gelar (S1) pada program studi ilmu ekonomi, FEB UMY.

- 2) Penelitian ini digunakan untuk mengukur kemampuan peneliti dalam menerapkan ilmu pengetahuan yang didapatkan pada perkuliahan dan menganalisis tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat lebih memilih menyewa bus pada armada UMY.