

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Pada umumnya orang selalu terdorong untuk mencari hal-hal yang sifatnya beda dari yang biasa, tak jarang pada saat ini orang-orang selalu melakukan inovasi. Kecerdikan dalam melihat setiap peluang yang ada dan mencoba merealisasikannya justru itu akan memberikan keuntungan bagi orang tersebut.

Kotler (2005) menyatakan bahwa, Inovasi terus-menerus berjalan memberikan keuntungan bagi orang yang membuat inovasi tersebut bukan hanya orang yang menciptakan inovasi itu saja yang mendapat keuntungan akan tetapi si pengguna (konsumen) dimana dengan adanya inovasi tersebut si konsumen mendapat kemudahan apalagi inovasi tersebut tampak lebih unggul dari pada produk-produk yang sudah ada (*relative advantage*). Contoh kecil jasa transportasi, mungkin dulu orang sulit sekali melakukan perjalanan jauh, mereka harus menempuh waktu yang lama untuk pergi ke suatu tempat apalagi dengan jalan kaki, akan tetapi pada saat ini orang mudah sekali untuk melakukan perjalanan jauh karna sudah tersedianya alat transportasi baik itu transportasi darat, laut dan udara, hal ini juga didukung dengan banyaknya perusahaan-perusahaan yang menggeluti bisnis jasa transportasi. (Bandung News, 2008)

Akan tetapi suatu perusahaan transportasi pada mulanya berdiri, mereka tidak langsung menjelma menjadi perusahaan besar, dan perusahaan tersebut tidak langsung dikenal oleh masyarakat atau konsumen, tetapi suatu perusahaan mengawalinya dari nol, perusahaan tersebut terus menerus berproses untuk menjadi besar dan untuk dikenal oleh masyarakat atau konsumen. Untuk mengenalkan suatu produk jasa (transportasi) kepada konsumen perusahaan memiliki strategi, strategi tersebut dinamakan dengan bauran pemasaran jasa (7P's,) yang terdiri dari *product, price, place, promotion, physical evidence, people* dan *process* (Kotler&Keller,2007).

Pada saat konsumen masuk pada suatu tempat biro perjalanan maka konsumen ini telah memiliki kumpulan harapan (*expectation*) mengenai bagaimana mereka memenuhi keinginan dan harapan mereka. Di mana keinginan dan harapan yang mereka inginkan berbeda-beda, yaitu bagaimana jasa yang mereka inginkan dengan harga berapa dan apa saja pelayanan yang diberikan dari biro perjalanan (*travel*) tersebut.

Perusahaan travel meramaikan persaingan pada jalur Bandung-Jakarta yang terbilang gemuk ini lantaran adanya tol Cipularang. Masing-masing berusaha merayu konsumen dengan beragam kiat, mulai perang harga, kenyamanan, hingga memberikan fasilitas tambahan. Tren moda angkutan ini pun berubah, jika dahulu travel identik dengan antar jemput dari rumah ke rumah, sekarang kecenderungannya *point to point*. Penumpang naik dan turun di tempat yang sudah ditentukan oleh perusahaan travel ([rizkienugraharamadhan.blogspot.com](http://rizkienugraharamadhan.blogspot.com)). Menurut data dari Dishub provinsi Jawa Barat, terdapat 621 unit kendaraan yang telah mendapat izin dari Direktorat Jenderal Perhubungan Darat antara lain di bawah perusahaan PT. Cipaganti Citra Graha, PT. Batara Titian Kencana (X-Trans), PT. Safa, PT.4848 Irawan Sarpingi, PT. Lintas Media Karya, PT. Transportasi Lintas Indonesia (Transline), CV. Citra Tiara Transport, CV. Panca Jaya Utama, PT. Purbaya Pancasakti, PT. Heri Surya Putra (Heri Surya Padmanegara), PT. Nurrachmadi Bersama, PT. Disa Pratama Mandiri, Teletrans, PT. Metromoda Travelatama, PT. Megah Usaha Jaya, PT. Artha Prima Perkasa Lintas Era, PT. Star Line, PO. Yogya Express Putra dan Baraya travel.

PT Baraya Travel menjadi salah satu perusahaan travel yang menyediakan layanan transportasi antara Bandung-Jakarta dengan menggunakan shuttle bus di tengah maraknya industri travel dengan dibangunnya tol Cipularang sejak tahun 2004. PT Baraya Travel juga merupakan salah satu travel yang menawarkan harga murah dalam layanan tersebut, sehingga target market mereka merupakan pelanggan kelas menengah dan ke bawah. Setiap pesaing pasti mempunyai strategi-strategi dalam memenangkan persaingan, mulai dari penyediaan tempat yang nyaman, sampai pada penambahan fasilitas yang diharapkan dapat memanjakan para pelanggannya. Pada kenyataannya dari fenomena-fenomena

yang ada saat ini masih banyak keluhan-keluhan yang di rasakan oleh para pengguna jasa yang mereka ungkapkan pada kerabat,teman maupun mereka tuangkan dalam surat elektronik yang marak saat ini, mereka mengeluhkan berbagai ketidak puasannya dalam menikmati pelayanan yang di berikan, seperti kurang ramahnya pelayanan, tentang pemesanan tiket, perilaku sopir dan berbagai hal yang tidak nyaman bagi mereka sebagai pelanggan.

Bertitik tolak pada latar belakang di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dalam bidang biro perjalanan (*travel*) terutama pada jasa pelayanannya, karena kualitas pelayanan yang memuaskan serta sesuai dengan harapan konsumen dapat menunjang keberadaan suatu *travel* untuk tetap bertahan dalam kondisi persaingan seketat apapun. Oleh karena itu, penulis mencoba melakukan penelitian serta menyusun skripsi berjudul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA BARAYA TRAVEL”**.

## **1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang mengenai pentingnya memberikan pelayanan yang memuaskan bagi konsumen, maka penulis mengidentifikasi permasalahan yang ada sebagai berikut:

1. Bagaimana tanggapan konsumen atas kualitas pelayanan pada Baraya Travel ?
2. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen pada kualitas pelayanan Baraya Travel?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Baraya Travel ?

## **1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian**

Maksud diadakan penelitian adalah mengolah, menganalisis, dan mendapatkan informasi dalam rangka menyusun skripsi sebagai salah satu syarat dalam menempuh ujian sidang sarjana jurusan manajemen Fakultas Bisnis & Manajemen Universitas Widyatama Bandung. Sedangkan tujuan dari penelitian ini, adalah:

1. Untuk mengetahui tanggapan konsumen terhadap kualitas pelayanan Baraya Travel.
2. Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen pada kualitas pelayanan Baraya Travel.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan Baraya Travel terhadap kepuasan konsumennya.

#### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Adapun kegunaan-kegunaan yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

##### **1.4.1 Kegunaan Teoritis**

Penelitian ini ditujukan untuk menguji apakah variabel kualitas pelayanan dapat memperlihatkan pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian inilah yang diharapkan dapat memberikan kontribusi secara teoritis, mengingat variabel tersebut penting untuk menunjukkan seberapa besar pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen pada Baraya Travel.

##### **1.4.2 Kegunaan Praktis**

Diharapkan hasil penelitian ini memberikan bukti empirik dari pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Baraya Travel, dengan demikian perusahaan-perusahaan transportasi seperti Baraya Travel dapat memanfaatkan hasil dari kajian ini. Seandainya kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan dari konsumen Baraya Travel, maka penelitian ini bisa dijadikan landasan untuk mengambil keputusan kedepan seperti memberikan penghargaan, bonus atau lainnya oleh Baraya Travel. Dan jika tidak berpengaruh, maka penelitian ini bisa dijadikan landasan mengambil keputusan untuk memperbaiki atau menentukan langkah-langkah kedepan untuk kebaikan perusahaan.

## 1.5 Definisi Variabel Penelitian

### 1.5.1 Kualitas Pelayanan

Salah satu ahli mengemukakan pendapatnya mengenai kualitas pelayanan Menurut Wyckof yang dikutip Tjiptono (2006) :

**”kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.”**

Konsumen akan memberikan penilaian mengenai tingkat pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Jadi kualitas pelayanan merupakan penilaian yang diberikan konsumen mengenai tingkat pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.

### 1.5.2 Pengertian Jasa

Salah satu ahli mengemukakan pendapatnya mengenai jasa, menurut Lehitnen (2006) pengertian jasa diartikan sebagai berikut:

*”A service is an activity a series of activity which teke place in interactions which contact person or physical machine and which provides consumer satisfaction.”*

Dari definisi diatas mengandung arti bahwa jasa adalah kegiatan atau serangkaian kegiatan dimana membutuhkan interaksi dengan karyawan atau alat mesin dan menyediakan kepuasan konsumen.

### 1.5.3 Pengertian Kepuasan

Menurut Tse dan Wilton yang dikutip oleh Tjiptono (2004) menyatakan kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut:

**”kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian/diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya”.**

## 1.6 Outline Skripsi

Pembahasan skripsi ini disusun dalam 5 bab yang secara keseluruhan membahas mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Hal pertama yang dilakukan adalah menentukan Judul Penelitian yang

menggambarkan secara singkat tentang masalah yang ditulis. Kemudian penelitian diawali dari Bab 1 yang berisi pendahuluan. Dimana dalam pendahuluan berupa uraian dan penjelasan mengenai rumusan singkat tentang hal-hal pokok yang akan dibahas seperti, identifikasi masalah yang merupakan pertanyaan pokok dari keseluruhan penelitian.

Tujuan penelitian, merupakan arah dari penelitian, merinci apa yang ingin diketahui dan ditulis dalam bentuk pernyataan. Kegunaan penelitian yaitu manfaat dari hasil penelitian dan sumbangan penelitian terhadap perkembangan ilmu manajemen, serta definisi yang digunakan agar penelitian mempunyai batas pengertian yang jelas. Dan membahas tentang outline skripsi

Pada Bab II, Tinjauan Pustaka memuat informasi tentang teori yang menjadi latar belakang penelitian atau uraian tentang teori. Membahas variabel-variabel yang digunakan. Kerangka pemikiran adalah pola nalar peneliti dalam menjawab masalah yang diturunkan dari teori.

Selanjutnya diikuti dengan Bab III yang berisi uraian mengenai objek penelitian, sehingga diberi judul Gambaran Umum tentang Objek Penelitian. Subpokok bahasannya, dapat dimulai dengan menguraikan sejarah keberadaan objek yang diteliti, karakteristik umum dan karakteristik khusus objek yang diteliti, sarana dan prasarana, aspek sumber daya manusia dan lain-lain. Pada Bab IV hasil penelitian dan pembahasan, didalamnya memuat Pendeskripsian yang dilakukan menyangkut data hasil penelitian, baik data mengenai responden maupun data mengenai hasil pengukuran variabel-variabel yang diteliti.

Kemudian pada akhir penulisan skripsi ini adalah Bab V yaitu Kesimpulan dan Saran yang merupakan Bab terakhir dimana pada bagian ini diambil kesimpulan dari keseluruhan hasil penelitian yang telah dilakukan dan saran yang dapat bermanfaat bagi objek penelitian.