

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi persaingan bisnis yang dihadapi perusahaan-perusahaan saat ini semakin ketat, sehingga menuntut manajemen perusahaan untuk lebih cermat dalam menentukan strategi bersaingnya, agar dapat memenangkan dalam persaingan yang dihadapinya. Manajemen perusahaan dituntut untuk dapat mendesain dan mengimplementasikan strategi pemasaran yang mampu menciptakan, mempertahankan, dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Seperti pada saat ini bisnis dibidang jasa mengalami pertumbuhan yang semakin cepat. Semakin banyak ragam jasa yang ditawarkan kepada pelanggan dalam rangka memenuhi kebutuhan hidupnya. Pentingnya sektor jasa ini disikapi dengan pertumbuhan industri jasa yang semakin pesat juga. Salah satu industri jasa tersebut adalah jasa transportasi biro perjalanan atau yang sering dikenal saat ini dengan sebutan *travel*. Pengusaha jasa transportasi biro perjalanan berlomba-lomba menggaet konsumennya dengan peningkatan pelayanan, kemudahan pemesanan, kenyamanan armada, ketepatan waktu dan lain sebagainya.

Semakin meningkatnya kebutuhan akan jasa transportasi pada masyarakat, tidak hanya akan berimbas pada meningkatnya jumlah perusahaan yang bergerak di bidang transportasi tetapi juga akan berimbas pada peningkatan persaingan yang terjadi dalam bidang bisnis itu juga. Setiap perusahaan yang bergerak di dalamnya harus memiliki strategi yang efektif dan efisien untuk tetap bertahan dan

memenangkan persaingan. Mempertahankan kepuasan pelanggan merupakan salah satu langkah baik yang dapat diterapkan oleh perusahaan untuk tetap dapat bersaing dan menguasai pangsa pasar.

Pelayanan dan kepuasan pelanggan merupakan aspek yang sangat penting dalam rangka mempertahankan keberlanjutan industri jasa. Meskipun demikian tidaklah mudah untuk mewujudkan kepuasan pelanggan secara menyeluruh. Pada saat ini, pelanggan semakin terdidik dan menyadari hak-haknya. Setiap perusahaan harus berusaha meminimalkan ketidakpuasan pelanggan dengan pelayanan optimal. Pada prinsipnya, terdapat tiga kunci dalam memberikan pelayanan yang unggul terhadap pelanggan. Pertama, kemampuan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan. Kedua, pengembangan *database* yang lebih akurat daripada pesaing. Ketiga, pemanfaatan informasi-informasi yang diperoleh dari riset pasar dalam suatu kerangka strategis (Tjiptono, 2004 : 62).

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk/jasa yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan (Kotler, 2005:70). Tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dan harapan. Jika kinerja dibawah harapan, konsumen tidak puas. Kalau kinerja sesuai harapan, konsumen akan puas. Dan apabila kinerja melampaui harapan, konsumen akan sangat senang atau sangat puas.

Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang sangat erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk

menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Dan perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan di mana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan pelanggan yang kurang menyenangkan.

Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (Lupiyoadi, 2006:182 ), ada lima dimensi kualitas jasa yang digunakan oleh pelanggan dalam menilai kualitas pelayanan pada industri jasa yaitu bentuk fisik (*tangible*), keandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*).

Badan usaha CV Samosir Indah Travel merupakan salah satu bisnis yang mengkonsentrasikan bidang usahanya di sektor industri jasa transportasi yaitu biro perjalanan Medan-Samosir. Sebagai suatu perusahaan swasta tentu saja CV Samosir Indah Travel hadir untuk mendapatkan keuntungan sekaligus memberikan pelayanan yang memuaskan bagi konsumen. Akan tetapi bukan hanya CV Samosir Indah Travel sendiri yang bergerak di bidang jasa transportasi ini sehingga hal ini menimbulkan persaingan antar perusahaan yang bergerak di bidang ini. Badan usaha biro perjalanan yang menawarkan kualitas jasa yang sejenis dengan tujuan perjalanan yang sama antara lain Royal Travel, CV Merpati Travel, Danau Toba Indah dan lain-lain. Dapat dilihat bahwa ada beberapa badan usaha yang bergerak di bidang jasa transportasi yang sama dan jumlahnya mungkin akan terus bertambah.

CV Samosir Indah Travel ini merupakan pendatang baru di bidang usaha jasa transportasi biro perjalanan Medan-Samosir. Dengan adanya peningkatan permintaan

akan kebutuhan angkutan umum yang bersifat pribadi dari konsumen dan meningkatnya jumlah pesaing menimbulkan tantangan baru bagi pihak manajemen perusahaan bagaimana agar dapat mendapatkan pelanggan dan memberikan pelayanan sesuai yang diharapkan dan bahkan mempertahankan loyalitas konsumen. Untuk mencukupi kebutuhan para konsumen, CV Samosir Indah Travel memiliki sepuluh unit armada travel yang telah beroperasi.

Namun ditengah persaingan bisnis yang semakin ketat, CV Samosir Indah Travel tentu saja mengalami beberapa hambatan ataupun kendala-kendala dalam beroperasi yang berimbas pada badan usaha itu sendiri . Salah satunya dapat diketahui dari hasil wawancara yang peneliti peroleh dari CV Samosir Indah Travel yaitu bahwa terjadi penurunan pendapatan/omset rata-rata dari tahun 2011 ke tahun 2012. Pada tahun 2011 pendapatan/omset yang diperoleh kurang lebih 2 juta/hari, sedangkan pada tahun 2012 kurang lebih 1,3 juta/hari. Terjadinya penurunan omset dapat menjadi masukan bagi perusahaan untuk menyusun langkah baru, untuk melakukan perbaikan strategi dalam hal kualitas pelayanan jasa kepada konsumen untuk memastikan kepuasan konsumen baik dari konsumen tetap maupun konsumen yang baru. Peneliti juga melakukan wawancara singkat secara langsung kepada konsumen yang dijumpai dilokasi penelitian mengenai tanggapan mereka dalam menggunakan jasa transportasi biro perjalanan CV Samosir Indah Travel. Dari hasil wawancara didapatkan informasi fenomena yang sering terjadi di lapangan tentang masih kurangnya kualitas pelayanan yang diberikan oleh CV Samosir Indah Travel seperti lama waktu tunggu, keterlambatan keberangkatan, ketepatan penyediaan taksi,

karyawan yang kurang ramah, pemberian pelayanan yang kurang cepat, dan lalai dalam menepati janji (seperti waktu penjemputan). Hal-hal seperti itulah yang masih penumpang rasakan selama menggunakan jasa transportasi CV Samosir Indah ini.

Perlunya mengetahui tingkat kepuasan para pengguna jasa transportasi biro perjalanan CV Samosir Indah Travel yang dilihat dari setiap karakteristik konsumen (berdasarkan jenis kelamin, umur, dan jenis pekerjaan) meliputi penilaian terhadap tingkat kepentingan (harapan) dan tingkat kinerja (kenyataan) yang didapatkan oleh para konsumen dalam menikmati kualitas pelayanan nantinya dapat memberikan gambaran kepada perusahaan untuk memberikan kualitas pelayanan yang sesuai kepada para pelanggannya. Atribut-atribut kualitas pelayanan jasa yang dinilai berdasarkan tingkat kepentingan para pelanggan dan tingkat kinerja yang dirasakan oleh para pelanggan akan dijabarkan dalam sebuah diagram yaitu Diagram *Cartesius*. Perusahaan dapat mengetahui peringkat jasa menurut kepentingan pelanggan dan kinerja perusahaan, serta mengidentifikasi tindakan apa yang perlu dilakukan manajemen perusahaan melalui penjabaran keseluruhan atribut kualitas pelayanan ke dalam diagram *cartesius*.

Dengan kondisi yang sudah dibahas sebelumnya, penulis tertarik untuk mengetahui lebih lanjut mengenai tingkat kepuasan konsumen di bidang kualitas pelayanan usaha jasa transportasi biro perjalanan ini. Penyedia jasa transportasi biro perjalanan yang dipilih penulis sebagai obyek penelitian adalah CV Samosir Indah Travel.



Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul “**Model Diagram Kartesius Dalam Mengukur Kepuasan Kualitas Pelayanan Jasa Transportasi Biro Perjalanan Pada CV Samosir Indah Travel**”.

### **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah tersebut, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Kurangnya kualitas pelayanan, mengakibatkan perusahaan mengalami penurunan pendapatan/omset.
2. Tingkat kinerja yang dirasakan yang tidak sesuai dengan tingkat harapan para pelanggan mengakibatkan tingkat kepuasan pelanggan tidak maksimal.
3. Keluhan-keluhan ataupun komplain dari pelanggan diakibatkan tingkat kepuasan pelanggan yang tidak maksimal dan tidak sesuai dengan kinerja yang dijanjikan oleh perusahaan.
4. Tingkat kesesuaian antara kinerja perusahaan dan harapan pelanggan yang rendah diakibatkan kinerja perusahaan masih jauh daripada harapan para pelanggan.

### **1.3 Pembatasan Masalah**

Mengingat banyaknya permasalahan yang mempengaruhi bidang penelitian ini, maka masalah dalam penelitian ini dibatasi pada perbedaan tingkat kepuasan

konsumen terhadap kualitas pelayanan CV Samosir Indah Travel yang dilihat dari dimensi kualitas pelayanan ( *tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*).

#### **1.4 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah, identifikasi masalah dan pembatasan masalah tersebut maka yang menjadi perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan jasa transportasi biro perjalanan pada CV Samosir Indah Travel ?
2. Apakah ada perbedaan tingkat kepuasan pada kualitas pelayanan CV Samosir Indah Travel berdasarkan karakteristik konsumen dilihat dari faktor demografi ( jenis kelamin, umur dan jenis pekerjaan) ?

#### **1.5 Tujuan Penelitian**

Adapun yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menganalisis tingkat kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa transportasi biro perjalanan CV Samosir Indah Travel.
2. Menganalisis perbedaan tingkat kepuasan terhadap kualitas pelayanan CV Samosir Indah Travel berdasarkan karakteristik responden dilihat dari faktor demografi ( jenis kelamin, umur dan jenis pekerjaan).

## 1.6 Manfaat Penelitian

### 1. Bagi Peneliti

Memperluas pengetahuan di bidang pemasaran khususnya mengenai masalah kualitas jasa dan kepuasan konsumen serta kesempatan untuk mengaplikasikan teori-teori yang di dapat selama masa perkuliahan.

### 2. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan masukan dalam usaha perbaikan perusahaan untuk meningkatkan kualitas pelayanan, sehingga jumlah keluhan-keluhan konsumen berkurang dan jumlah konsumen semakin meningkat.

### 3. Bagi Universitas Negeri Medan

Menambah khazanah keilmuan untuk penelitian selanjutnya dan referensi pada perpustakaan UNIMED. Sebagai tambahan literatur kepustakaan Universitas di bidang penelitian dan referensi pada perpustakaan UNIMED.

### 4. Bagi pihak lain

Sebagai bahan referensi bagi pihak lain yang ingin mengadakan penelitian sejenis dimasa yang akan datang.