

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Penyediaan jasa transportasi yang banyak dan sangat ketat yang saat ini semakin berkembangnya teknologi transportasi semakin pesat terhadap persaingan. Peranan terpenting pada sektor transportasi yaitu memudahkan dan mempermudah masyarakat dalam mencapai jarak yang dijangkau diberbagai tempat untu mencapai tujuannya. Setiap perusahaan harus berusaha untuk dapat mengembangkanketerampilan, kemampuan dan pengetahuan sehingga dapat menghadapi berbagai persaingan dan juga untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang semakin tinggi terhadap kebutuhan transportasi.

Persaingan dalam bisnis jasa transportasi sekarang ini semakin pesat dan bertambah maju, Semakin banyak perusahaan baru yang muncul dengan layanan jasa yang sejenis mengakibatkan semakin banyak jasa yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut. Dengan semakin banyaknya jenis transportasi yang muncul di tengah-tengah masyarakat menimbulkan persaingan di antara jenis-jenis transportasi yang ada untuk menarik konsumen baru maupun konsumen yang lama. Untuk itu pengelolaan yang baik dalam pelayanan, baik itu dalam hal memberikan harga yang pantas, fasilitas yang memadai dan pelayanan yang memuaskan. Oleh karena itu, perusahaan harus mampu memahami

karakteristik dan perilaku konsumen pada pasar sarannya. Dunia transportasi memang selalu menarik untuk diikuti karena sekarang ini terdapat bnyak layanan jasa transportasi yang berada dikeliling kita, Bus adalah salah satu dari sekian banyak alat transportasi darat yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat dalam melakukan perjalanan yang jauh. Dengan banyaknya layanan bus yang ada dipasaran maka akan mendorong suatu perusahaan untuk bersaing mendapatkan calon konsumen melalui berbagai strategi, misalnya melakukan promosi, memberikan fasilitas yang nyaman, dan mengubah harga lebih murah sedikit dari pada yang lain. Oleh karena itu perusahaan saling ber lomba-lomba untuk menarik konsumen menggunakan armada mereka bertujuan untuk menarik perhatian konsumen agar menggunakan jasa transportai.

Kebutuhan akan transportasi didukung dengan harga yang terjangkau membuat konsumen lebih memilih bus sbagai alat transportasi mereka. Adapun ciri pelayanan yang baik, yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan adalah memiliki karyawan yang *professional*, tersedia sarana dan prasarana yang baik dan nyaman, bertanggung jawab kepada setiap pelanggan dari awal hingga selesai, mampu melayani secara cepat dan tepat, mampu berkomunikasi secara jelas.

Manajemen Pemasaran adalah perencanaan, pelaksanaan serta pengendalian program untuk menciptakan, membangun, serta mempertahankan pertukaran yang sangat menguntungkan untuk pembeli. sasaran dengan maksud untuk mencapai tujuan sasaran organisasi.

Jasa yang diberikan oleh perusahaan transportasi mempunyai keunggulan yang ditawarkan kepada pelanggan. Strategi pemasaran menjadi hal penting yang harus dilakukan perusahaan untuk mewujudkan tingkat kepuasan pelanggan yang maksimal dan mempertahankan pelanggan agar tidak berpindah ke perusahaan jasa transportasi lainnya. Jasa transportasi merupakan bentuk pelayanan jasa yang diberikan perusahaan kepada pelanggan untuk mengantarkan pelanggan dari satu tempat ke tempat lain dengan memberikan tingkat pelayanan dan kepuasan yang terbaik selama diperjalanan. Pada jaman sekarang peremajaan armada dan interior didalam bus sangat penting guna menunjang kebutuhan pelanggan. Dalam menilai kualitas pelayanan digunakan lima dimensi kualitas pelayanan yaitu *tangible* atau bukti fisik, *reliability* atau keandalan, *responsiveness* atau daya tanggap, *assurance* atau jaminan dan *empathy* atau empati.

Kualitas pelayanan pada pelanggan merupakan hal yang mutlak yang harus dilakukan sehingga konsumen merasa nyaman dan perusahaan mampu memuaskan kebutuhan para pelanggannya. Kepuasan pelanggan yaitu kunci sukses memuaskan kebutuhan pelanggan dan tidak membuat kecewa terhadap jasa pelayanan. Perusahaan harus mampu mempertahankan kualitas layanan sehingga kepuasan pelanggan akan tercapai.

Dalam memberikan pelayanan yang berkualitas sebagai usaha untuk memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan, organisasi dapat berpedoman

pada dimensi kualitas jasa yang dapat digunakan sebagai kerangka perencanaan yang strategis dan analisi. Apabila konsumen merasakan kebutuhan dan keinginannya terpenuhi, maka akan terjadi kepuasan konsumen yang pada dasarnya hal itulah yang diupayakan oleh hampir semua sektor usaha dalam menjalankan usahanya.

Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya adalah hubungan antara perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan sehingga reputasi perusahaan menjadi baik di mata pelanggan, serta laba yang diperoleh menjadi meningkat.

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja atau hasil produk terhadap kinerja atau hasil produk terhadap kinerja atau hasil yang diharapkan. Penilaian yang diberikan pelanggan dapat diperoleh dari hasil kualitas pelayanan perusahaan yang diterima. Oleh karena itu perusahaan harus mulai memikirkan pentingnya pelayanan pelanggan secara lebih matang melalui kualitas pelayanan, karena kini semakin disadari bahwa pelayanan merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan. Bagi perusahaan yang bergerak dibidang pelayanan jasa, kualitas pelayanan atau *Service Quality* menjadi suatu hal yang penting dalam memuaskan pelanggan dengan memahami apa yang

diinginkan dan diharapkan oleh pelanggan dari kualitas pelayanan yang diberikan, maka akan didapat suatu nilai tambah tersendiri bagi suatu perusahaan Tjiptono.

Perusahaan akan berhasil memperoleh pelanggan dalam jumlah yang banyak apabila dinilai dapat memberikan kepuasan bagi para pelanggannya. Kepuasan pelanggan telah menjadi konsep aplikasi pemasaran, serta merupakan salah satu tujuan utama yang harus dicapai bagi aktivitas bisnis. Pelanggan amat sangat berharga bagi sebuah perusahaan karena seorang pelanggan ialah modal suatu perusahaan yang bias mempertahankan kelangsungan sebuah perusahaan menjadi lebih maju, dalam hal ini Dimas Bima Rio,PT sangatlah memahami kebutuhan dan keinginan melalui pelayanan yang sebaik-baiknya juga fasilitas yang nyaman demi terciptanya kepuasan pelanggan. Seperti visinya, yang menjadi perusahaan transportasi yang unggul dan berkualitas dan pelayanan yang baik demi kepuasan pelanggan dan pelayanan yang baik demi kepuasan pelanggan dan kesejahteraan karyawan Dimas Bima Rio,PT harus mampu memahami apa yang diinginkan oleh pelanggannya, yaitu dengan mendengarkan keluhan dari pelanggan dan dari setiap keluhan yang ada, perusahaan dapat memperbaiki pelayanan mereka agar menjadi lebih baik seperti memberikan fasilitas dan pelayanan yang prima. Hal tersebut harus selalu dilakukan agar pelanggan mendapatkan kepuasan dan semakin loyal pada jasa transportasi yang mereka gunakan. Serta Dimas Bima Rio,PT harus selalu meningkatkan kualitas pelayanan

agar penumpang tidak hanya merasa nyaman tapi juga lebih merasa dihargai dan juga dapat menikmati perjalanan dengan aman, selamat sampai tujuan serta puas akan pelayanan yang dirikan. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka penulis mengambil judul: Analisis Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Dimas Bima Rio,PT.

B. Permasalahan

Sebenarnya dari pihak perusahaan sudah ada pelatihan dan pemberitahuan tentang bagaimana standart pelayanan yang seharusnya dilakukan karyawan Dimas Bima Rio,PT tetapi karyawan kurang cepat tanggap dan belum sepenuhnya memenuhi standart pelayanan sehingga konsumen merasa kurang puas.

C. Rumusan Masalah

Bagaimana agar karyawan melaksanakan standar pelayanan yang seharusnya dilakukan agar konsumen merasa puas ?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan dari penwelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana menganalisa pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Dimas Bima Rio,PT.

E. Kegunaan Penelitian

1. Bagi peneliti ,diginakan untuk bahan kajian dan menjadi referensi untuk penelitian yangberharap akan bisa semakin mengerti dan bisa menjalankan riset permasalahan dengan cara teori yang diaplikasikan didalam kehidupan yang nyata.
2. Bagi Universitas Stieken Blitar, Penelitian ini dapat menjadi sumbangsih ilmu pengetahuan dan dapat menjadi bahan penelitian lanjutan bagi akademisi.
3. Bagi Perusahaan,peneliti ini dapat dijadikansebagai pedoman dalam mengembangkan produknya agar mampu menarik minat konsumen
4. Bagi Masyarakat , diharapkan agar lebih dapat selektif dalam menilai suatu produk dan juga dapat dijadikan tambahan pengetahuan mengenai kualitas masing-masing produk.