

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Jasa transportasi adalah suatu usaha atau kegiatan yang mengangkut atau membawa penumpang dan barang dari suatu tempat ke tempat lainnya dengan menggunakan alat bermotor maupun tidak bermotor baik melalui darat, air dan udara [1]. Saat ini industri otobus mengalami peningkatan dimana konsumen menggunakan jasa transportasi otobus bukan hanya untuk tujuan berpindah dari satu tempat ke tempat lain, namun juga ada sebagian masyarakat menggunakan jasa transportasi otobus untuk menyalurkan hobi mereka yaitu mengambil foto dari moda transportasi tersebut. Seiring berkembangnya industri ini, perusahaan otobus di Indonesia mengalami banyak perubahan konsep sehingga perusahaan otobus saat ini menyediakan fasilitas tambahan sesuai permintaan konsumen saat ini. Dengan adanya perkembangan ini, membuat persaingan antar perusahaan otobus semakin ketat, dimana perusahaan otobus terbaik yang akan bertahan. Salah satu syarat untuk bertahan dalam persaingan ini adalah perusahaan mampu menarik dan mempertahankan konsumennya. Konsumen adalah salah satu faktor penting bagi perusahaan untuk bertahan dan berkembang. Maka itu perusahaan diuntut untuk memberikan sesuatu hal berharga dan dapat memberikan kesan dan pengalaman terbaik bagi konsumen.

Jasa transportasi merupakan salah satu bisnis yang menguntungkan, namun bisnis jasa transportasi juga tidak luput dari perkembangan, yang dimana perusahaan jasa transportasi dituntut untuk melakukan inovasi dalam meningkatkan keuntungan (*profit*), dan perusahaan harus memiliki strategi dan tindakan yang tepat. Dalam menjalankan usahanya, perusahaan berusaha untuk memenuhi kebutuhan konsumen agar dapat memberikan kepuasan bagi konsumen sehingga akan memperoleh peningkatan jumlah pengguna jasa.

PT. Antar Lintas Sumatera merupakan salah satu perusahaan otobus yang telah berdiri sejak tahun 1966, yang awalnya hanya melayani trayek Medan-Kotanopan meningkatkan inovasinya dengan cara menambah trayek/tujuan ke beberapa kota di wilayah Pulau Sumatera dan Jawa. Salah satunya adalah trayek/tujuan dari Medan ke Padangsidimpuan dan Padangsidimpuan ke Medan.

Sesuai dengan hasil wawancara dengan karyawan, dalam sehari keberangkatan mobil PT. Antar Lintas Sumatera dari Medan ke Padangsidempuan sebanyak 3 trip dan sebaliknya juga demikian. Lain halnya pada saat libur hari besar, biasanya perusahaan akan menambah jumlah armada sesuai dengan lonjakan jumlah penumpang. Pembelian tiket keberangkatan dapat dibeli langsung pada loket-loket yang tersedia di Medan ataupun Padangsidempuan maupun dapat dipesan melalui telepon sesuai dengan nomor telepon yang disediakan, dimana setiap tiket telah diberi penomoran kursi sesuai dengan permintaan konsumen dan hanya dapat ditempati oleh satu penumpang disetiap kursinya.

Salah satu cara yang dapat dilakukan perusahaan untuk meningkatkan jumlah pengguna jasanya adalah dengan mewujudkan kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan [2]. Kemudian, dengan terwujudnya kepuasan konsumen dapat menjamin kelangsungan hidup perusahaan di masa yang akan datang. Karena konsumen yang puas terhadap barang dan jasa cenderung akan melakukan pembelian ulang, bercerita dengan orang terdekat mengenai produk tersebut, dan lain sebagainya. Tingkat kepuasan konsumen dapat dipengaruhi dari beberapa variabel pemasaran seperti produk, harga, promosi, lokasi, kualitas pelayanan, fasilitas, dan suasana [2].

Di antara instrument atau variabel pemasaran yang dapat dimaksimalkan perusahaan untuk mempengaruhi kepuasan konsumen salah satunya adalah harga. Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan untuk sebuah produk atau jasa. Harga merupakan bagian yang melekat pada produk yang mencerminkan seberapa besar kualitas produk tersebut. Harga adalah jumlah uang (satuan moneter) dan/atau aspek lain (non-moneter) yang mengandung utilitas/kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu jasa [3]. Sementara itu, dari sudut pandang konsumen, harga seringkali digunakan sebagai indikator nilai bagaimana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa. Jika harga yang dibayar oleh konsumen tinggi dan kualitas atau manfaat yang diterima juga tinggi maka cenderung menghasilkan kepuasan bagi konsumen, dan sebaliknya jika

harga yang dibayar oleh konsumen tinggi dan kualitas atau manfaat yang diterima rendah maka cenderung tidak menghasilkan kepuasan bagi konsumen.

Selain faktor harga, salah satu faktor yang tidak kalah penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan penyedia jasa adalah faktor kualitas pelayanan. Pelayanan adalah salah satu proses penting dalam meningkatkan *value* perusahaan bagi pelanggan sehingga banyak perusahaan menjadikan budaya pelayanan sebagai standar sikap orang didalam perusahaan. Kualitas Pelayanan adalah suatu proses atau aktivitas yang di lakukan perusahaan yang dapat di rasakan secara langsung hasilnya, yang pada akhirnya memenuhi harapan pelanggan [4]. Pelayanan adalah paradigma perusahaan untuk menciptakan sebuah *value* abadi bagi pelanggan melalui produk [3]. Kualitas pelayanan adalah suatu proses atau aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan yang dapat dirasakan secara langsung hasilnya, yang pada akhirnya memenuhi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan yang tinggi saat ini juga dipandang sebagai sarana bagi perusahaan khususnya dalam bidang jasa transportasi untuk meraih suatu keunggulan bersaing dengan kompetitornya. Manfaat dari kualitas pelayanan yang baik antara lain berkaitan dengan kepuasan konsumen, loyalitas konsumen, menarik calon penumpang baru, dan dapat menaikkan citra jasa transportasi tersebut dipikiran konsumen.

Di antara instrument atau variabel pemasaran yang dapat dimaksimalkan oleh perusahaan untuk mempengaruhi kepuasan konsumen adalah fasilitas. Fasilitas adalah segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik yang di sediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen. Fasilitas dalam usaha jasa harus selalu diperhatikan, terutama yang berhubungan atau berkaitan erat dengan apa yang dirasakan oleh konsumen. Karena dalam usaha jasa, penilaian konsumen terhadap suatu perusahaan didasari atas apa yang mereka peroleh setelah menggunakan jasa tersebut.

Untuk memenuhi kepuasan konsumen, PT. Antar Lintas Sumatera berusaha untuk memberikan pelayanan terbaik untuk para konsumennya. Salah satu bentuk pelayanan yang diberikan PT. Antar Lintas Sumatera adalah memberikan air mineral untuk setiap penumpang pada saat perjalanan, juga para kondektur bus akan langsung mengurus barang - barang para penumpang saat ingin menaiki dan menuruni bus setelah penumpang sampai pada tujuan, selain itu ruang tunggu bus

PT.Antar Lintas Sumatera sudah dilengkapi dengan AC dan TV,serta kursi yang nyaman, dan *customer service* di PT.Antar Lintas Sumatera selalu melakukan *follow up* terhadap penumpang jikalau penumpang belum sampai ke loket 30 menit sebelum keberangkatan dan bagi penumpang yang telah menginformasikan keterlambatannya kepada *customer service*, PT.Antar Lintas Sumatera memberikan tenggang waktu 15 menit untuk menunggu penumpang tersebut. Namun dari hasil observasi yang dilakukan pada PT. Antar Lintas Sumatera dan dibandingkan dengan perusahaan otobus lainnya diketahui bahwa, harga antara PT. Antar Lintas Sumatera lebih tinggi dibandingkan beberapa kompetitor lainnya, tetapi masih sesuai dengan Keputusan Menteri Perhubungan Nomor: KM. 89 Tahun 2002 yaitu: Bus Ekonomi 100.000-130.000 rupiah, Bus Executive AC/Toilet 130.000-165.000 rupiah, Bus Executive 165.000-200.000 rupiah.

Tabel 1.1 Perbandingan Harga Tiket

Nama Perusahaan Otobus	Tujuan/trayek Medan – Padangsidempuan		
	Royal Executive	Executive AC/Toilet	Ekonomi Non AC
PT. Antar Lintas Sumatera	Rp.200.000,00	Rp.156.000,00	Rp.125.000,00
PO. Batang Pane Baru	Rp.195.000,00	Rp.130.000,00	Rp.110.000,00
CV. Sampagul	-	Rp.125.000,00	Rp.110.000,00
CV. Satu Nusa	-	Rp.130.000,00	Rp.110.000,00

PT.Antar Lintas Sumatera yang menggunakan armada dengan bodi JetBus HD3 dari karoseri Adiputro dan bodi SR2 HD Prime dari karoseri Laksana yang merupakan bodi keluaran terbaru dari kedua karoseri tersebut, serta penggunaan *chassis* OH 1626 NG dan OH 1836 NG yang juga mesin dan sasis generasi terbaru dari pabrikan Mercedes Benz dan penggunaan AC merek Denso yang membuat suhu didalam bus PT.Antar Lintas Sumatera tetap terjaga. Dan juga fasilitas yang diberikan oleh PT.Antar Lintas Sumatera seperti kursi yang bisa diatur tingkat kerebahannya di setiap kelas di armadanya menjadi alasan mengapa PT.Antar Lintas Sumatera menawarkan harga yang lebih tinggi dibandingkan kompetitor.

Kualitas pelayanan saat ini juga dipandang sebagai sarana bagi perusahaan jasa transportasi untuk memperoleh suatu keunggulan bersaing dengan kompetitornya. Manfaat dari kualitas pelayanan yang baik tersebut antara lain berkaitan dengan loyalitas penumpang, menarik calon penumpang baru, menaikkan citra jasa transportasi tersebut dimata masyarakat agar masyarakat merasa nyaman atas kualitas pelayanan yang diberikan serta masyarakat merasa terkesan akan kinerja dari jasa transportasi tersebut.. Kebijakan perusahaan untuk meningkatkan kualitas pelayanan dengan menempatkan sumber daya manusia yang berkualitas dan profesional merupakan upaya manajemen dalam mengatasi kebutuhan pelanggan [5]. Dalam memberikan kualitas pelayanan yang baik, PT.Antar Lintas Sumatera selalu memperhatikan keamanan dan kenyamanan armada yang akan digunakan dengan melakukan pengecekan dan perawatan rutin. Selain itu, PT.Antar Lintas Sumatera juga rutin melakukan pemeliharaan armada seperti membeli unit terbaru dan juga melakukan perombakan dan perbaikan bodi untuk mobil yang mesinnya masih layak digunakan. Namun pemberian kualitas pelayanan yang baik ini masih belum bisa disesuaikan dengan pengelolaan waktu yang baik oleh PT.Antar Lintas Sumatera, pemberian tenggang waktu keterlambatan kepada penumpang memiliki dampak seringnya keterlambatan keberangkatan pada bus pada PT.Antar Lintas Sumatera. Pada hari besar saat jumlah penumpang bertambah signifikan, pelayanan dari PT.Antar Lintas Sumatera sering mengalami penurunan, , serta jumlah kursi yang sedikit, kapasitas ruang tunggu yang tidak terlalu besar, tidak mampu menampung penumpang yang berdampak pada bertumpuknya jumlah penumpang di loket.

Faktor yang tidak kalah penting untuk diperhatikan selain pelayanan dalam usaha jasa transportasi adalah mengenai fasilitas. Fasilitas adalah segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik yang di sediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen [6]. Fasilitas dalam usaha jasa harus selalu diperhatikan, terutama yang berhubungan atau berkaitan erat dengan apa yang dirasakan oleh konsumen. Fasilitas yang disediakan oleh PT. Antar Lintas Sumatera tergolong lengkap dibandingkan dengan perusahaan otobus lain, untuk lebih lengkapnya peneliti memberikan gambaran perbandingan fasilitas di PT. Antar Lintas Sumatera, PO. Batang Pane Baru, CV. Sampagul, dan CV Satu Nusa.

Tabel 1.2 Perbandingan Fasilitas Bus

Nama Perusahaan Otobus			PT. Antar Lintas Sumatera	PO. Batang Pane Baru	CV. Sampagul	CV. Satu Nusa
Tujuan/ Trayek Medan Padang Sidimp uan	Royal Executive	Wi-Fi	√	-	-	-
		AC/Toilet	√	√	-	√
		Televisi	√	√	-	√
		Port Charger	√	-	-	-
		Selimut	√	√	-	√
		Bantal	√	√	-	-
	Executive AC/Toilet	AC/Toilet	√	√	√	√
		Televisi	√	√	√	√
		Selimut	√	√	√	√
		Bantal	√	√	-	-
Ekonomi Non AC	Toilet	√	√	-	√	

Selain fasilitas bus yang lengkap dan kebersihan dari fasilitas bus yang terjaga dengan baik, loket bus PT. Antar Lintas Sumatera juga memiliki fasilitas yang lengkap mulai dari ruang tunggu ber-AC, TV, toilet, *port charger*, dan juga lapangan parkir yang luas untuk keluarga atau kerabat penumpang yang ingin mengantarkan sampai ke loket. Hal ini dilakukan PT. Antar Lintas Sumatera untuk memberikan pelayanan terbaik agar konsumen dapat menunggu dan menikmati perjalanan dengan nyaman. Namun dari hasil wawancara peneliti terdapat beberapa masalah yang para penumpang keluhkan mulai dari *port charger* yang hanya ada 1 untuk 2 kursi penumpang, kapasitas bagasi yang minim dan khusus untuk bus Ekonomi Non AC

seringkali atap bus digunakan untuk menambah jumlah bagasi dari pengiriman paket, hal ini membuat penumpang sering merasa kurang nyaman.

Berdasarkan pada uraian latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul: **“Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen PT. ANTAR LINTAS SUMATERA MEDAN”**.

1.1. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka pokok masalah yang dijadikan fokus penelitian sebagai berikut:

1. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PT. Antar Lintas Sumatera Medan?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PT. Antar Lintas Sumatera Medan?
3. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PT. Antar Lintas Sumatera Medan?
4. Apakah harga, kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen pada PT. Antar Lintas Sumatera Medan?

1.2. Ruang Lingkup Penelitian

Penulis dalam hal ini membatasi masalah kepuasan konsumen yang berhubungan dengan harga, kualitas pelayanan dan fasilitas. Sehingga masalah yang diteliti hanya sekitar pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Adapun variabel penelitiannya:

1. Variabel Bebas

- X1 : Harga
- X2 : Kualitas Pelayanan dan
- X3 :Fasilitas

2. Variabel Terikat

Variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen (Y).

3. Objek penelitian yang akan diteliti dalam hal ini adalah konsumen pada PT. Antar Lintas Sumatera Medan.
4. Periode Pengamatan 2020.

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas tujuan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada PT. Antar Lintas Sumatera Medan.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Antar Lintas Sumatera Medan dan penyebab keterlambatan waktu keberangkatan
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada PT. Antar Lintas Sumatera Medan.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga, kualitas pelayanan dan fasilitas secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen pada PT. Antar Lintas Sumatera Medan.

1.5. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Sebagai bahan refensi dan informasi bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan harga, kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen.

b. Manfaat Praktis

Menambah pengetahuan dan wawasan dalam bidang pemasaran khususnya bagaimana memberikan harga, fasilitas dan kualitas pelayanan dalam bidang jasa transportasi yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen.

1.6. Originalitas

Penelitian ini merupakan replikasi dan pengembangan dari penelitian terdahulu dilakukan oleh Jose Muhamad Isra dan Arlin Ferlina Mochamad Trenggana, S.E., M.M pada tahun 2017 dengan judul: **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN UBER CAR (Studi Pada Konsumen Uber Car di kota Bandung)”** [7].

Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu:

1. Penelitian terdahulu menggunakan kualitas pelayanan sebagai variabel bebas dan kepuasan konsumen sebagai variabel terikat, sedangkan dalam penelitian ini menambah harga dan fasilitas sebagai variabel bebas dan kepuasan konsumen sebagai variabel terikat. Harga adalah jumlah uang (satuan moneter) dan/atau aspek lain (non-moneter) yang mengandung utilitas/kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu jasa [3]. Alasan peneliti menambah variabel diatas adalah karena harga merupakan hal yang sangat sensitif terhadap konsumen, yang dimana ketika konsumen membayar dengan harga yang tinggi maka konsumen akan mengharapkan kualitas yang tinggi juga. Fasilitas adalah penyediaan perlengkapan-perengkapan fisik untuk memberi kemudahan kepada konsumen untuk melakukan aktivitas-aktivitas sehingga kebutuhan konsumen dapat terpenuhi [6]. Fasilitas dalam usaha jasa harus selalu diperhatikan, karena fasilitas pada usaha jasa khususnya jasa transportasi merupakan hal yang langsung dinikmati dan digunakan oleh konsumen.
2. Penelitian terdahulu melakukan penelitian pada UBER CAR, penelitian ini melakukan penelitian pada PT. Antar Lintas Sumatera, Medan.
3. Tahun penelitian terdahulu pada tahun 2017, sedangkan penelitian ini dilakukan pada tahun 2019.