

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Pada zaman sekarang ini sarana transportasi merupakan suatu bagian yang tidak dapat dipisahkan dan sangat dibutuhkan masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Terdapat hubungan erat antara transportasi dengan jangkauan dan lokasi kegiatan manusia baik barang maupun jasa. Dalam kaitannya dengan kehidupan manusia, transportasi memiliki peranan yang signifikan dalam berbagai aspek, baik dalam aspek sosial, ekonomi, lingkungan, politik, pertahanan dan keamanan. Betapa besar dan penting peranan transportasi dalam kehidupan manusia, tampak dari usaha-usaha manusia untuk senantiasa memperbaiki dan meningkatkan sistem serta kapasitas angkut sepanjang zaman dahulu kala hingga masa kini.

Dalam bidang transportasi, hal tersebut mendorong perusahaan untuk meningkatkan pelayanan serta fasilitas-fasilitas yang ditawarkan untuk penumpang. Jasa yang ditawarkan semakin beragam dimana faktor kualitas, harga dan pelayanan sangat diperhatikan oleh para penumpang. Perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada penumpang, karena jika pelanggan merasa tidak puas, pada akhirnya pelanggan akan meninggalkan perusahaan dan menjadi pelanggan pesaing. Hal ini menyebabkan terjadinya penurunan tingkat penjualan pada kelanjutannya akan menurunkan laba bahkan mengalami kerugian.

PT. Kereta Api (Persero) merupakan BUMN yang mengelola sarana transportasi kereta api di Indonesia. Peran PT. Kereta Api dalam mempermudah

dan mendukung mobilitas para pengguna jasa tentu mengharapkan profit atau keuntungan dan penjualan jasanya. Namun, untuk mencapai tujuan tersebut tidaklah mudah. Persaingan dalam bisnis transportasi saat ini semakin tinggi seiring dengan semakin banyaknya perusahaan yang menawarkan jasa angkutan transportasi kepada masyarakat.

Maju dan berkembangnya kualitas pelayanan transportasi kereta api sangat tergantung dari kepuasan konsumen. Bagi pemakai jasa transportasi kereta api, kualitas pelayanan dapat dikaitkan dengan fasilitas yang diberikan selama perjalanan, kecepatan pelayanan dalam memenuhi keinginan konsumen, waktu yang tepat sesuai dengan yang dijadwalkan, kenyamanan dan kebersihan lingkungan, serta tarif yang dianggap memadai, bagasi tempat barang yang tersedia cukup untuk menyimpan barang-barangnya, serta kenyamanan pengguna jasa kereta api ini, baik itu perasaan aman selama perjalanan dan kenyamanan dalam perjalanan.

Kondisi persaingan bisnis transportasi yang sangat ketat, mempertahankan kepuasan pelanggan merupakan salah satu cara untuk mempertahankan eksistensi perusahaan. Hal ini mendorong dilakukannya studi tentang faktor-faktor kualitas pelayanan yang mampu mempengaruhi kepuasan penumpang. Faktor-faktor kualitas pelayanan yang dianggap memiliki pengaruh terhadap kepuasan penumpang meliputi faktor bukti fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan, dan empati.

Kualitas mempunyai hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen. Kualitas akan mendorong konsumen untuk menjalin hubungan yang erat dengan

perusahaan. Dalam jangka panjang, ikatan ini memungkinkan perusahaan untuk memahami harapan dan kebutuhan konsumen. Kepuasan konsumen pada akhirnya akan menciptakan loyalitas konsumen kepada perusahaan yang memberikan kualitas yang memuaskan mereka.

Untuk mencapai kepuasan konsumen perusahaan harus memberikan layanan yang berkualitas yang dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Jika jasa yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Sehingga definisi kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2007).

Pentingnya dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan mengacu kepada *grand theory* yang dikemukakan oleh Zeithaml (2009) yang memperkenalkan lima dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan yang lazim disebut dengan TERRA.

1. Pertama, kualitas pelayanan jasa terhadap tiga dimensi *tangible* (bukti fisik) yaitu dimensi yang meliputi harapan pelanggan terhadap fasilitas fisik dalam menyampaikan jasa, lebih mengarah kepada tingkat kenyamanan yang dapat dirasakan pelanggan dalam menerima jasa.

Seperti kesesuaian fisik dengan jenis jasa, ketepatan strategi lokasi, kerapihan dan penampilan dan kecanggihan fasilitas *online*.

2. Kedua, dimensi *empathy* (kemampupahaman) meliputi berbagai unsur yang dijadikan kajian oleh pelanggan yang diharapkan dapat memberikan masukan kepada pelanggan dalam memutuskan untuk memilih layanan jasa.
3. Ketiga, dimensi *reliability* (kehandalan) yang meliputi kebutuhan pribadi, pengalaman masa lampau, kelompok referensi dari perusahaan.
4. Keempat, dimensi *responsiveness* (daya tanggap) yang meliputi kemudahan, kenyamanan, kejelasan, informasi, kemampuan karyawan dalam menanggapi keluhan pelanggan.
5. Kelima, dimensi *assurance* (jaminan) yang berkaitan dengan citra dalam memberikan rasa aman kepada pelanggan, baik keamanan dana yang tersimpan, jaminan keberhasilan pelanggan, ketelitian, kesopanan, kejujuran dan keterbukaan dalam memberikan informasi dan jasa pelayanan kepada pelanggan.

Memahami pentingnya dimensi kualitas pelayanan, maka diperlukan adanya suatu intervensi yang luas dalam melihat prospektif bentuk-bentuk dimensi kualitas pelayanan untuk ditinjau kembali dalam berbagai indikator-indikator berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis menjadi tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN

TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PENGGUNA JASA TRANSPORTASI KERETA API JOGLOKERTO”. Alasan digunakannya Kereta Api Joglokerto pada penelitian ini karena Kereta Api Joglokerto telah menjadi sarana transportasi yang banyak digunakan masyarakat. Selain itu, kereta api joglokerto merupakan satu jenis perusahaan jasa yang memberikan pelayanan kepada konsumen sebagai pengguna jasa kereta api ini.

1.2 PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan, maka dapat diidentifikasi beberapa hal berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri dari dimensi *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty* terhadap kepuasan penumpang Kereta Api Joglokerto baik secara parsial maupun simultan.
2. Diantara dimensi *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty* manakah yang dominan berpengaruh terhadap kepuasan penumpang Kereta Api Joglokerto.

1.3 Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah ini bertujuan untuk memberikan ruang lingkup dalam penelitian, sehingga penelitian lebih terfokus pada masalah-masalah yang akan diteliti. Pembatasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Dimensi kualitas pelayanan terdiri dari *Tangibles* (berwujud), *Reliability* (keandalan), *Responsiveness* (ketanggapan), *Assurance* (keyakinan / jaminan), *Emphaty* (empati).
2. Responden terdiri dari konsumen domestik yang pernah menggunakan Kereta Api Joglokerto.
3. Penelitian dilakukan di stasiun KA DAOP VI Lempuyangan Yogyakarta.

1.4 TUJUAN PENELITIAN

Penelitian dilakukan dengan tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dilihat dari dimensi *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty* terhadap kepuasan penumpang Kereta Api Joglokerto baik secara parsial maupun simultan.
2. Untuk mengetahui dimensi *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty* yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan penumpang Kereta Api Joglokerto.

1.5 MANFAAT PENELITIAN

1. Bagi peneliti

Penelitian ini dapat menambah wawasan berpikir dan belajar tentang kepuasan konsumen sekalipun dapat membuktikan kebenaran teori-teori yang diperoleh di bangku kuliah.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini merupakan sumbangan pikiran bagi perusahaan Kereta Api Joglokerto dalam menyempurnakan strategi pemasarannya dimana dapat memenuhi kepuasan konsumen sehingga meningkatkan volume pendapatan.

3. Bagi Akademis

Penelitian dapat dijadikan perbandingan tentang kepuasan konsumen serta dapat menambah literatur bacaan pada perpustakaan ekonomi pada khususnya.

1.6 KERANGKA PENULISAN SKRIPSI

Adapun kerangka penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Berisi tentang penjelasan mengenai masalah-masalah yang akan diselesaikan dari penelitian yang dilakukan. Bab ini dibagi menjadi beberapa bagian antara lain latar belakang masalah, rumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan kerangka penulisan penelitian.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Berisi tentang landasan teori, hasil penelitian sebelumnya, kerangka pikir penelitian, dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Berisi tentang lokasi penelitian, populasi dan sampel, metode sampling, variabel penelitian, teknik pengumpulan data, dan metode analisis data

BAB IV : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Gambaran umum berisi tentang sejarah singkat perusahaan PT. Kereta Api, produk dan fasilitas Kereta Api, struktur organisasi, dan perkembangan PT. Kereta Api.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berisi tentang analisis instrumen data, karakteristik responden, uji asumsi klasik, analisis regresi, uji korelasi berganda, koefisien determinasi, uji hipotesis, dan pembahasan.

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menjelaskan kesimpulan yang diperoleh setelah melakukan penelitian dan saran yang dapat diberikan kepada perusahaan untuk dapat meningkatkan kualitas pelayanan transportasi kereta api.