

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Transportasi memiliki peranan utama dalam upaya membangun sebuah negara. Faktor ini sangat penting dalam membangun ekonomi, sosial, dan pertumbuhan industrialisasi. Kemajuan dalam bidang transportasi telah memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian dan perkembangan suatu wilayah atau negara. Selain itu, transportasi juga berperan penting dalam memfasilitasi interaksi antar manusia dan mempermudah perpindahan barang. (Fatimah, 2019).

Di Indonesia, terdapat beragam jenis transportasi yang mencakup udara, laut, dan darat. Layanan transportasi merupakan aspek yang perlu mendapat kepedulian yang baik dari negara maupun penggunanya. Selain harganya yang terbilang murah dibanding transportasi lainnya, transportasi umum darat masih menjadi unggulan bagi sebagian besar masyarakat Indonesia, antara lain seperti bus, taksi, kereta api, dan mobil angkutan umum. Banyak orang yang bersedia membayar mahal untuk akurasi, keamanan, dan kenyamanan dalam hal mobilitas mereka, karena perkembangan transportasi umum darat yang masih belum baik dan merata. Sehingga tidak jarang orang lebih memilih menggunakan taksi ataupun menyewa mobil untuk aktivitasnya.

Kota Yogyakarta merupakan kota wisata yang mendatangkan banyak wisatawan setiap tahunnya, namun sarana transportasi umum masih menjadi salah satu kekurangan yang ada di kota tersebut. Para pengusaha

memanfaatkan kesempatan ini untuk menawarkan jasa transportasinya berupa jasa rental mobil yang aman dan nyaman. Abdullah & Erliana (2012) berpendapat bahwasanya sewa mobil adalah perusahaan yang menyediakan layanan persewaan mobil kepada individu dan perusahaan yang membutuhkannya. Saat ini pasar bisnis sewa kendaraan bermotor beroda empat atau mobil (*rent car*) di Indonesia bisa dibilang terus berkembang dan sangat menjanjikan, karena dianggap lebih efisien untuk memajukan terpenuhinya kebutuhan masyarakat dalam industri atau bidang jasa transportasi, baik untuk kebutuhan bisnis maupun keperluan pribadi (Kurniawan, Nugroho, & Mulyono, 2017).

Bisnis rental mobil ini merupakan sebuah usaha yang bergerak dibidang jasa, maka dari itu perkembangan usaha rental mobil ini tentunya memiliki strategi pemasarannya tersendiri, karena pada dasarnya terdapat banyak perbedaan karakteristik antara bisnis barang dan bisnis jasa. Perusahaan yang bergerak dibidang jasa, output yang dihasilkannya berupa heterogenitas, tidak dapat dipisahkan, memiliki karakteristik yang tidak berwujud, serta tidak tahan lama. Strategi yang sangat mempengaruhi kelangsungan bisnis rental mobil ini adalah strategi penetapan harga dan strategi pelayanan yang diberikan kepada pengguna jasa.

Banyak hal yang harus dipertimbangkan oleh setiap usahawan yang mempunyai perusahaan jasa rental mobil, salah satunya adalah strategi penetapan harga, dikarenakan harga adalah hal yang nantinya akan menjadi penentuan terhadap penggunaan jasa atau dapat melihat bagaimana tingkat atau minat pelanggan dalam menggunakan jasa perusahaan tersebut (Kamal

& Farida, 2021). Menentukan harga sewa mobil memang tidak mudah, saat perusahaan tersebut memberikan harga yang mahal maka akan kehilangan pelanggan, namun jika perusahaan tersebut memberikan harga yang murah maka pihak perusahaan tidak mendapatkan untung yang maksimum. Hal ini juga diperkuat oleh pernyataan Kamal dan Farida (2021) yang menyebutkan bahwasanya didapati beberapa aspek yang mempengaruhi penentuan biaya sewa usaha rental mobil ini, antara lain yaitu berapa lama mobil tersebut akan disewakan, fasilitas yang didapatkan, jenis dan tahun mobil yang disewakan, bagaimana kualitas mobil tersebut, serta harga beli mobil tersebut.

Selain harga, ada faktor lainnya yang sangat penting dan mempengaruhi minat pelanggan dalam menggunakan jasa yaitu kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan tersebut. Menurut Sanjaya & Prasastyo (2016), kualitas pelayanan adalah dasar bagi sebuah perusahaan yang memasarkan jasa, karena produk inti yang ditawarkan merupakan sebuah kinerja kualitas dan kinerja tersebut akan membangkitkan minat pelanggan. Parasuraman, dkk., dalam Sinollah & Masruro (2019) mengembangkan setidaknya lima dimensi mengenai kualitas pelayanan antara lain yaitu kehandalan (*reliability*), empati (*empathy*), berwujud (*tangible*), ketanggapan (*responsiveness*), dan jaminan (*assurance*).

PT. Gogobob Nusantara merupakan perusahaan jasa yang berada di Kota Yogyakarta dan salah satu jasa yang ditawarkan adalah rental mobil. PT. Gogobob Nusantara didirikan pada tahun 2013 silam, namun saat ini memiliki sekiranya 23 unit mobil untuk disewakan dengan cakupan

pelayanan untuk wilayah Yogyakarta dan sekitarnya. Unit mobil yang disediakan oleh pihak perusahaan selalu dalam kondisi yang bagus, karena dilakukan perawatan rutin demi kenyamanan serta keamanan konsumen saat penyewaan kendaraan. Adapun jenis atau unit mobil yang disediakan oleh PT. Gogobob Nusantara untuk disewakan, antara lain yaitu:

**Tabel 1**  
**Daftar Mobil Rental Pada PT. Gogobob Nusantara**  
**Yogyakarta**

<b>Jenis Mobil</b>	<b>Kapasitas Penumpang</b>	<b>Jumlah Unit</b>
Innova	7 Orang	15 Unit
Terios	7 Orang	1 Unit
Jazz	5 Orang	1 Unit
Alphard	7 Orang	1 Unit
Fortuner	7 Orang	1 Unit
Pajero Sport	7 Orang	1 Unit
Hiace	15 Orang	3 Unit

Sumber : PT. Gogobob Nusantara, 2023

Tabel 1 di atas menunjukkan bahwasanya total unit mobil yang disewakan oleh PT. Gogobob Nusantara sekiranya ada 23 unit yang terdiri dari 7 merek mobil, antara lain yaitu Innova dengan jumlah 15 unit, Terios dengan jumlah 1 unit, Jazz dengan jumlah 1 unit, Alphard berjumlah 1 unit, Fortuner dengan jumlah 1 unit, Pajero Sport dengan jumlah 1 unit, dan juga Hiace dengan jumlah 3 unit.

PT. Gogobob Nusantara sebagai perusahaan jasa yang menawarkan jasa sewa, pastinya juga menetapkan harga sewa yang tepat agar tetap dapat menarik minat konsumen. Dalam membangun citra perusahaan dan juga menentukan seberapa jauh konsumen menilai layanan atau jasa yang

diberikan perusahaan, penetapan harga sangat penting atas dua hal tersebut. Menurut Lupiyoadi (2013), harga yang diberikan membuat kesan tertentu dalam hal kualitas. Berikut adalah daftar harga sewa yang diberikan oleh PT. Gogobob Nusantara Yogyakarta dan daftar harga sewa mobil perusahaan pesaing yang sejenis:

**Tabel 2**

**Daftar Harga Sewa Mobil Harian PT. Gogobob Nusantara**

No.	Jenis Mobil	Harga Sewa	Harga Sewa <i>All In + Driver</i>
1.	Innova	Rp750.000	Rp1.000.000
2.	Terios	Rp450.000	Rp700.000
3.	Jazz	Rp500.000	Rp750.000
4.	Alphard	-	Rp3.000.000
5.	Fortuner	-	Rp1.800.000
6.	Pajero Sport	-	Rp1.900.000
7.	Hiace	-	Rp1.550.000

Sumber : PT. Gogobob Nusantara

**Tabel 3**

**Daftar Harga Sewa Mobil Harian Rosyida Transport**

No.	Jenis Mobil	Harga Sewa	Harga Sewa <i>All In + Driver</i>
1.	Innova	Rp450.000	Rp700.000
2.	Mobilio	Rp275.000	Rp350.000
3.	Jazz	Rp350.000	Rp750.000
4.	Alphard	-	Rp3.000.000
5.	Fortuner	-	Rp1.800.000
6.	Pajero Sport	-	Rp1.800.000
7.	Hiace	-	Rp1.000.000

Sumber : Rosyida Transport

Tabel 2 dan 3 di atas menunjukkan data harga sewa mobil di perusahaan PT. Gogobob Nusantara dan Rosyida *Transport* selaku pesaing. Terdapat 2 jenis harga yang diberikan oleh masing-masing perusahaan yaitu

harga sewa lepas kunci dan harga sewa dengan supir. Namun untuk jenis mobil premium seperti Alphard, Fortuner, Pajero Sport, dan Hiace hanya disewakan untuk paket *all in + driver*, yang dimana jasa dan harga yang ditawarkan sudah termasuk mobil, supir, dan bahan bakar.

Kepuasan pelanggan merupakan *output* yang dihasilkan dari pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, karena semakin bagus kualitas pelayanan maka akan semakin mempengaruhi kepuasan pelanggan atau konsumen. Bisnis jasa tidak terlepas dari keluhan pelanggan mengenai kualitas pelayanannya, namun hal tersebut kembali lagi pada bagaimana cara perusahaan menangani keluhan konsumen. Setiap pelanggan pastinya mempunyai tanggapan tersendiri tentang pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, sehingga memantapkan diri untuk menggunakan jasa perusahaan tersebut.

Proses pengambilan keputusan pembelian melibatkan pemilihan merek yang paling disukai di antara berbagai pilihan merek yang tersedia. Namun, terdapat dua keadaan yang mempengaruhi niat untuk melakukan penggunaan, yaitu pengaruh pendapat orang lain dan keputusan pembelian berdasarkan keadaan situasi tertentu (Kotler dan Armstrong, 2010:181). Menurut Abdurrahman (2015) menyatakan ada 4 dimensi yang bertindak atas keputusan penggunaan jasa yaitu faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis. Berikut terlampir daftar jumlah konsumen yang mempergunakan jasa rental mobil PT. Gogobob Nusantara:

**Tabel 4**  
**Data Konsumen yang Mempergunakan Jasa Rental Mobil**  
**PT. Gogobob Nusantara Per-Tahun 2022**

No.	Bulan	Jumlah Konsumen
1.	Januari	86 konsumen
2.	Februari	92 konsumen
3.	Maret	88 konsumen
4.	April	84 konsumen
5.	Mei	79 konsumen
6.	Juni	77 konsumen
7.	Juli	70 konsumen
8.	Agustus	63 konsumen
9.	September	59 konsumen
10.	Oktober	61 konsumen
11.	November	57 konsumen
12.	Desember	48 konsumen

Sumber : PT. Gogobob Nusantara, 2022

Dengan memperhatikan tabel 4 di atas, konsumen yang menggunakan jasa rental mobil PT. Gogobob Nusantara pada tahun 2022 sebanyak 864 konsumen. Namun setiap bulannya terjadi penurunan konsumen.

Berikut ini terlampir daftar konsumen yang terbagi menjadi 2 jenis yaitu *cooperate* dan individu:

**Tabel 5**  
**Data Konsumen yang Mempergunakan Jasa Rental Mobil**  
**PT. Gogobob Nusantara Per-Tahun 2022**

No.	Bulan	Konsumen Individu	Konsumen <i>Cooperate</i>
1.	Januari	75 konsumen	11 konsumen
2.	Februari	82 konsumen	10 konsumen

No.	Bulan	Konsumen Individu	Konsumen <i>Coorporate</i>
3.	Maret	73 konsumen	15 konsumen
4.	April	79 konsumen	5 konsumen
5.	Mei	68 konsumen	11 konsumen
6.	Juni	65 konsumen	12 konsumen
7.	Juli	67 konsumen	3 konsumen
8.	Agustus	52 konsumen	11 konsumen
9.	September	50 konsumen	9 konsumen
10.	Oktober	54 konsumen	7 konsumen
11.	November	52 konsumen	5 konsumen
12.	Desember	40 konsumen	8 konsumen

Sumber : PT. Gogobob Nusantara, 2022

Berdasarkan uraian di atas, penurunan konsumen yang terjadi pada PT. Gogobob Nusantara dapat disebabkan oleh berbagai kemungkinan seperti kualitas layanan yang diberikan atau harga yang ditawarkan, sehingga penulis merasa tergiring dan menetapkan untuk melakukan penelitian terkait dengan keputusan konsumen saat memutuskan penggunaan layanan jasa, dengan judul “**Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Rental Mobil PT. Gogobob Nusantara**”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berlandaskan konteks yang sudah dijelaskan sebelumnya, maka masalah penelitian ini dirumuskan sebagai “Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan harga di PT. Gogobob Nusantara terhadap keputusan penggunaan jasa”



Dilihat dari perumusan di atas, maka penulis mengklasifikan masalah menjadi beberapa bentuk pertanyaan penelitian

1. Bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. Gogobob Nusantara?
2. Bagaimana harga sewa mobil yang diberikan oleh PT. Gogobob Nusantara?
3. Bagaimana keputusan konsumen dalam menggunakan jasa PT. Gogobob Nusantara?
4. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan penggunaan jasa rental mobil?
5. Bagaimana pengaruh harga sewa mobil terhadap keputusan penggunaan jasa rental mobil?
6. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan harga sewa mobil terhadap keputusan penggunaan jasa rental mobil?

### **C. Tujuan Penelitian**

1. Mengetahui bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. Gogobob Nusantara
2. Mengetahui bagaimana harga sewa mobil yang diberikan oleh PT. Gogobob Nusantara
3. Mengetahui bagaimana keputusan konsumen dalam menggunakan jasa PT. Gogobob Nusantara
4. Mengetahui bagaimana dan seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan penggunaan jasa rental mobil

5. Mengetahui bagaimana dan seberapa besar pengaruh harga sewa mobil terhadap keputusan penggunaan jasa rental mobil
6. Mengetahui bagaimana dan seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan harga sewa mobil terhadap keputusan penggunaan jasa rental mobil

#### **D. Manfaat Penelitian**

##### 1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat menyumbangkan atau berkontribusi serta menjadi referensi untuk penelitian tentang kualitas layanan dan harga sewa, serta berkontribusi teori mengenai perjalanan wisata. Selain itu penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan bagi penulis agar dapat berpikir secara ilmiah.

##### 2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi PT. Gogobob Nusantara selaku pelaku bisnis sebagai bahan evaluasi kinerja bisnis atas layanan jasa yang diberikan, serta dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk menyusun strategi promosi atau pengembangan produk.