

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Ada beragam definisi tentang transportasi menurut berbagai ahli di bidang transportasi. Menurut Nasution (2008), pengangkutan atau transportasi adalah pemindahan barang dan manusia dari tempat asal ke tempat tujuan. Definisi transportasi menurut Adisasmita (2011), transportasi merupakan kegiatan memindahkan atau mengangkut muatan (barang dan Manusia) dari suatu tempat ke tempat lain, dari suatu tempat asal (*origin*) ke tempat tujuan (*destination*).

Transportasi mengalami perkembangan dari zaman ke zaman, hal ini dapat dilihat semenjak zaman dahulu transportasi masih menggunakan tenaga manusia dan bantuan hewan serta sumber tenaga dari alam. Seiring dengan perkembangan waktu saat ini transportasi telah menggunakan alat bantu teknologi yang modern. Adapun menurut Salim (2012), transportasi adalah kegiatan perpindahan muatan baik berbentuk barang maupun penumpang dari suatu tempat ke tempat lain.

Dewasa ini sudah banyak sekali masyarakat yang bergantung pada jasa transportasi untuk bepergian ke suatu tempat, terutama bagi masyarakat yang belum mempunyai kendaraan pribadi untuk bepergian jauh. Terlebih jika jasa transportasi tersebut dilengkapi dengan fasilitas dan kualitas pelayanan yang baik sehingga membuat pelanggan merasa lebih nyaman.

Saat ini transportasi jasa berupa bus lebih diminati para masyarakat untuk bepergian ke suatu tempat atau tujuan.

Saat ini sudah banyak jasa transportasi yang ada untuk melayani, mempermudah, dan menunjang seluruh kegiatan manusia. Seperti contohnya transportasi umum yang saat ini sangat mudah dijangkau dan dengan harga yang terjangkau. Beberapa transportasi umum yang saat ini marak digunakan khususnya transportasi darat seperti bus, kereta api, travel atau shuttle, dan masih banyak lainnya.

Di tengah perkembangan dunia industri transportasi, saat ini sudah banyak yang mendirikan perusahaan bus seperti salah satunya perusahaan transportasi otobus Pahala Kencana atau PO Pahala Kencana. Untuk menjaga perusahaan tetap bersaing ditengah perkembangan dunia industri, PO pahala kencana menawarkan berbagai rute perjalanan agar para calon penumpang yang ingin bepergian ke daerah tersebut dapat memilih Pahala Kencana sebagai sarana transportasinya. Berikut merupakan beberapa rute yang telah ditawarkan oleh PO Pahala Kencana seperti diantaranya:

TABEL 1
RUTE KEBERANGKATAN PO PAHALA KENCANA

Dari	Ke
Bandung	Bandar Lampung
Bandung	Denpasar Via Selatan
Bandung	Denpasar Via Utara
Bandung	Malang
Bandung	Palembang
Bandung	Prabumulih
Bandung	Baturaja
Bandung	Solo
Bandung	Surabaya
Bandung	Blitar
Bandung	Bojonegoro
Bandung	Madura
Bandung	Yogyakarta

Sumber: Supervisor Marketing PO Pahala Kencana, 2020

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa rute yang dimiliki oleh Pahala Kencana sangat banyak. Dengan banyaknya rute yang dibuka hal ini menunjukkan tingginya permintaan terhadap Pahala Kencana. Dengan banyaknya permintaan tersebut membuat munculnya persaingan terhadap perusahaan bus yang dapat menyebabkan antar perusahaan semakin bersaing untuk membangun citra yang baik dan positif yang datang dari persepsi penggunanya.

Dalam bukunya Slameto (2010) mendefinisikan bahwa persepsi adalah proses yang menyangkut masuknya pesan atau informasi kedalam otak manusia, melalui persepsi manusia terus menerus mengadakan hubungan dengan lingkungannya. Hubungan ini dilakukan lewat panca indera yaitu indera penglihat, pendengar, peraba, perasa, dan pencium.

Maka dari itu, adanya pengalaman terhadap sesuatu khususnya penumpang pada transportasi bus sangat dibutuhkan guna terciptanya persepsi terhadap suatu perusahaan. Kemudian persepsi tersebut dapat menentukan apakah perusahaan tersebut memiliki citra perusahaan yang baik dan positif atau tidak.

Persepsi masyarakat dapat mempengaruhi terbentuknya citra perusahaan, berdasarkan pengertian menurut Kotler dalam buku Firsan Nova (2011) citra adalah hasil persepsi individu atau kelompok terhadap produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan. Citra perusahaan adalah persepsi yang timbul dalam pemikiran publik masyarakat terhadap perusahaan tersebut. Dalam bukunya Elvinaro (2011) mendefinisikan bahwa citra perusahaan adalah pandangan atau kesan dari pihak lain dalam melihat perusahaan, citra juga merupakan asset penting dari perusahaan atau organisasi dan kesan yang diperoleh dari pengetahuan dan pengalamannya.

Citra yang baik dan positif dapat memberikan kemudahan bagi perusahaan untuk berkomunikasi dan mencapai tujuan secara efektif, sedangkan citra negatif adalah sebaliknya, maka dari itu memiliki citra yang baik dan positif dapat memberikan keuntungan jangka panjang bagi

perusahaan, seperti mendapat kepercayaan dari publik terhadap pelayanan produk/jasa (Sutisna, 2006).

Untuk membangun Citra Perusahaan yang positif dan baik maka dibutuhkan langkah atau cara yang harus dilakukan perusahaan. Pahala Kencana telah melakukan beberapa langkah untuk mendapatkan persepsi yang baik dan positif dari para penumpangnya, seperti fasilitas kursi dengan ruang yang luas, hiburan audio visual, air mineral & snack, makan, toilet, serta memberikan jadwal keberangkatan yang lebih banyak dari perusahaan bus pesaingnya, dan dengan harga yang ditawarkan apakah dapat membuat Pahala Kencana bersaing diantara perusahaan lainnya serta dapat menjadi pilihan utama para penumpang saat akan bepergian, seperti yang bisa dilihat pada tabel di bawah:

TABEL 2
JUMLAH KEBERANGKATAN PO BUS RUTE
BANDUNG - LAMPUNG

NAMA PERUSAHAAN	JUMLAH KEBERANGKATAN	FASILITAS	HARGA
Pahala Kencana	2 keberangkatan/hari	Ruang kursi yang luas, AC, bagasi, sandaran kaki, hiburan audio visual, bantal & selimut, ruang merokok, air mineral & snack, makan, dan toilet	290.000,00

TABEL 2
JUMLAH KEBERANGKATAN PO BUS RUTE
BANDUNG – LAMPUNG
(LANJUTAN)

NAMA PERUSAHAAN	JUMLAH KEBERANGKAAAN	FASILITAS	HARGA
Sari Harum	1 keberangkatan/hari	AC, kursi recliner, toilet, bagasi, sandaran kaki, hiburan audio visual, bantal & selimut, dan ruang merokok.	295.000,00
Damri	1 keberangkatan/hari	AC, kursi recliner, sandaran kaki, bagasi, hiburan audio visual, bantal & selimut, air mineral & snack, ruang merokok, dan toilet	285.000,00
BSI	1 keberangkatan/hari	AC, kursi recliner, sandaran kaki, hiburan audio visual, bagasi, ruang merokok, bantal & selimut, air mineral & snack, dan toilet.	280.000,00

Sumber: Traveloka.com, 2020

Dengan harga yang ditawarkan oleh Pahala Kencana tersebut seharusnya sudah sesuai dengan fasilitas yang telah ditawarkan, dan apabila dibandingkan dengan harga dan fasilitas yang diberikan oleh perusahaan lain tentunya Pahala Kencana terlihat sedikit lebih unggul. Akan tetapi dari beberapa keunggulan dan fasilitas yang ditawarkan ternyata masih ditemukan banyaknya keluhan dari para penumpang. Seperti keluhan penumpang dan calon penumpang terhadap pelayanan karyawannya, keterlambatan jam keberangkatan dan kedatangan, serta kelayakan dan kebersihan dari armada bus itu sendiri. Dari beberapa keluhan tersebut tentu membuat ketidaknyamanan bagi penumpang dan calon penumpang yang

dapat mempengaruhi citra perusahaan PO Pahala Kencana. Berikut contoh keluhan penumpang yang peneliti temukan dari ulasan *Google Review*:

TABEL 3
KELUHAN PENUMPANG KEPADA PO PAHALA KENCANA

NAMA	RUTE	KELUHAN
Ratna Dewi	Bandung – Lampung	Pengalaman pertama pergi ke Lampung menggunakan bus Pahala Kencana. Berangkat dari Bandung telat 1 jam dari jadwal aslinya, fasilitas selimut bau apek dan banyak kutu di kursi, sangat tidak nyaman terlebih sedang membawa anak balita, crew/kenek melayani penumpang secara tidak ramah, bus mogok saat kapal telah bersandar dan mengakibatkan terlambat turun dari kapal. Penumpang membayar mahal namun fasilitas yang didapat tidak sesuai harapan.

TABEL 3
KELUHAN PENUMPANG KEPADA PO PAHALA KENCANA
(LANJUTAN)

NAMA	RUTE	KELUHAN
#MEkir apa saja	Bandung – Lampung	Busnya sudah banyak yang udzur, pengalaman mudik kemarin mobil <i>over heat</i> (molor perjalanan Bandung – Metro) tidak di cek terlebih dahulu atau perawatan kurang maksimal. Bagasi lega <i>up to 25</i> kg, tapi mahal nya tak terkira.
Pegguna Google	Bandung - Lampung	Kemarin saya naik bis tujuan Bandung – Bandar Lampung, saya lupa tertinggal tas yang isinya Al-quran serta charger. Di telepon CS nya tidak diangkat/dijawab

TABEL 3
KELUHAN PENUMPANG KEPADA PO PAHALA KENCANA
(LANJUTAN)

NAMA	RUTE	KELUHAN
Yuko Bagus F		Kantornya sedikit gerah karena pendingin ruangan tidak berfungsi dengan baik.
Imsa Hakam		Toilet sama mushola harusnya diperbesar.

Sumber: *Google Review*, 2020

Penilaian – penilaian yang datang dari masyarakat terutama penumpang PO Pahala Kencana sangat diperlukan guna membangun citra perusahaan. Penilaian dari persepsi penumpang tersebut diharapkan dapat menggambarkan citra perusahaan transportasi PO Pahala Kencana dengan memasukan unsur penampilan fasilitas fisik, pelayanan karyawan, kualitas dan keandalan produk, serta harga yang ditawarkan oleh perusahaan. Dengan terciptanya citra yang positif tentu dapat memudahkan perusahaan untuk memiliki keuntungan berjangka panjang seperti kemudahan perusahaan untuk bersaing dan mendapat kepercayaan dari publik.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka penulis merasa perlu untuk melakukan penelitian dalam proyek akhir ini dengan judul “Citra Perusahaan Transportasi PO Pahala Kencana Rute Bandung - Lampung”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan dari latar belakang masalah yang telah dipaparkan diatas maka rumusan masalahnya yaitu: Untuk mengetahui bagaimana citra perusahaan PO Pahala Kencana yang dinilai berdasarkan persepsi para penumpang atau penggunanya.

Dari rumusan masalah yang telah dipaparkan dapat dibagi menjadi 4 identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah Penampilan fasilitas fisik dari perusahaan otobus Pahala Kencana?
2. Bagaimanakah Pelayanan karyawan di perusahaan otobus Pahala Kencana?
3. Bagaimanakah kualitas dan keandalan Produk perusahaan otobus Pahala Kencana?
4. Bagaimanakah Harga yang ditawarkan oleh perusahaan otobus Pahala Kencana?

C. Tujuan Penelitian

1. Tujuan Formal

Guna dari penelitian ini adalah untuk memenuhi dan melengkapi persyaratan dalam menyelesaikan Pendidikan di Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung, Jurusan Perjalanan, Program Studi Manajemen Bisnis Perjalanan.

2. Tujuan Operasional

Adapun Tujuan Operasional dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Citra Perusahaan PO Pahala Kencana rute Bandung-Lampung yang dinilai dari persepsi para penggunanya.

D. Manfaat Penelitian

Dalam setiap kegiatan maupun aktifitas yang dilaksanakan pada suatu penelitian pasti memiliki banyak manfaat baik itu bagi perusahaan maupun pihak yang terkait.

Peneliti berharap melalui penelitian ini bisa memberikan rekomendasi maupun masukan yang positif bagi pengembangan ilmu pengetahuan umumnya dalam bidang manajemen bisnis perjalanan.

a. Bagi Peneliti

Untuk memperluas wawasan, pengalaman, juga meningkatkan kemampuan bagi peneliti dalam melakukan kajian penelitian, selain itu juga sebagai sarana aplikasi dari teori manajemen bisnis perjalanan yang telah diperoleh oleh peneliti selama di bangku kuliah.

b. Bagi Perusahaan

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat mengetahui bagaimana citra perusahaan transportasi PO Pahala Kencana yang telah dinilai berdasarkan persepsi para penumpangnya.

c. Bagi Pihak Lain

Diharapkan hasil penelitian ini bisa dijadikan referensi dan informasi serta bahan kajian, pertimbangan dan penilaian untuk penelitian selanjutnya.