

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Transportasi merupakan suatu sarana yang dapat digunakan untuk perpindahan manusia dan barang dari suatu tempat ke tempat lainnya . Hal ini menurut Nasution (2008) dan hal ini diperkuat oleh Andriansyah (2015) transportasi merupakan suatu sarana yang dapat digunakan untuk perpindahan manusia, barang ataupun hewan yang dapat digerakan oleh bantuan mesin dan membantu dalam melakukan perjalanan dari satu tempat ke tempat lainnya. Adapun menurut Miro (2005) transportasi dapat diartikan usaha mengangkut, menggerakkan, atau mengalihkan suatu objek dari suatu tempat ke tempat lain, di mana tempat lain ini menjadi objek yang lebih bermanfaat atau dapat berguna untuk tujuan tertentu.

Peningkatan mobilitas manusia sejalan dengan meningkatnya ketersediaan jasa transportasi yang saat ini sangat dibutuhkan oleh manusia, karena semakin meningkatnya mobilitas manusia melakukan sebuah perjalanan jarak jauh maupun dekat. Oleh karena itu banyaknya manusia memilih jasa transportasi *shuttle* untuk melakukan sebuah perjalanan karena *shuttle* dinilai lebih efektif dan efisien, maka pemindahan manusia dari suatu tempat ke tempat lainnya dalam waktu tertentu membutuhkan jasa transportasi, artikel kompas.com (2020). Hal ini diperkuat oleh Setijowarno dan Frazila (2001) dalam Agustina Vina (2012) yang mengatakan jasa transportasi adalah kebutuhan seseorang untuk melakukan sebuah perjalanan dari lokasi ke lokasi lainnya untuk melakukan suatu kegiatan. Adapun dalam artikel PustakaDunia.com, pengertian jasa transportasi yaitu suatu sistem pengangkutan atau pemindahan manusia dan barang dari tempat kegiatan transportasi itu dimulai

atau tempat awal menuju tempat kegiatan transportasi itu berakhir, dan tempat tujuan dalam jarak dan moda angkutan tertentu yang akan digunakan.

Karena adanya perubahan paradigma manusia untuk melakukan sebuah perjalanan, maka perusahaan jasa transportasi saat ini meningkatkan kualitas jasa dan produknya seperti menambahkan fasilitas yang dibutuhkan oleh manusia, karena pada saat ini manusia sangat membutuhkan fasilitas yang baik agar manusia dapat menikmati pada saat melakukan sebuah perjalanan dan bertujuan untuk memberikan tingkat kepuasan yang maksimal. Hal ini dalam artikel kompasiana.com dan hal ini di perkuat oleh teori (Kotler, 2009: 45) yang mengatakan bahwa fasilitas merupakan segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik yang disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen.

Dengan adanya peningkatan jasa atau produk, maka perusahaan transportasi jasa juga ingin meningkatkan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan ditentukan dengan persepsi pelanggan atas peningkatan jasa atau produk untuk memenuhi harapan pelanggan dan pelanggan merasa puas jika harapan pelanggan terpenuhi. Hal ini dalam artikel distribusipemasaran.com dan hal ini diperkuat oleh teori Fandy Tjiptono (2012 : 146) dalam Zakaria (2013) kepuasan pelanggan yaitu perasaan senang atau kecewa manusia yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu jasa atau produk dengan harapan-harapannya. Adapun menurut Kotler and Keller (2014), kepuasan pelanggan adalah perasaan yang dihasilkan setelah mendapatkan jasa atau produk yang diterima dan menilai jasa atau produk tersebut apakah sesuai dengan apa yang di harapkan sebelumnya. Dan ada Indikator yang mempengaruhi kepuasan pelanggan menurut Hawkins & Lonny dikutip dalam Fandy Tjiptono (2014: 101) yaitu kesesuaian

harapan, minat berkunjung kembali, kesediaan merekomendasi. Dan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan perlu dilakukannya penelitian untuk membandingkan persepsi dan harapan mengenai jasa atau produk yang di berikan oleh Xtrans *shuttle* kepada para pelangganya. Hal tersebut diperkuat oleh Kotler dalam Lupiyoadi (2014) kepuasan merupakan suatu tingkat perasaan dimana manusia menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk dan jasa yang diterima dan diharapkan. Adapun menurut Irawan (2008 : 37) dalam Ngatmo & Bodroastuti (2012), kepuasan pelanggan yaitu akan di tentukan dengan persepsi pelanggan atas *performance* jasa atau produk dalam memenuhi harapan pelanggan.

Untuk melihat penelitian kepuasan pelanggan kali ini peneliti menggunakan kepuasan pelanggan sebagai variabel yang diteliti, dengan dimensi kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, faktor emosional, biaya terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menurut oleh Lupiyoadi (2014:21) dalam Fauzi (2017) yang memiliki pendapat ada lima faktor utama yang menentukan puas atau tidaknya pelanggan/konsumen yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, faktor emosional, dan biaya.

Persaingan perusahaan jasa transportasi *shuttle* saat ini sangat meningkat dan ada beberapa perusahaan *shuttle* yang saat ini sangat berkembang diantaranya yaitu Xtrans *shuttle*, Lintas *shuttle*, Day trans, dll. Tetapi yang saat ini banyak diketahui oleh masyarakat yaitu Xtrans *shuttle*.

PT. Batara Titian Kencana (X-trans) menjadi salah satu perusahaan yang bergerak di bidang bisnis transportasi, yang menyediakan jasa transportasi rute Bandung - Jakarta yang menggunakan *shuttle bus*. PT. Batara Titian Kencana (X-trans) didirikan sejak tahun 2005 sampai saat ini dan memiliki 14 cabang

keberangkatan di Jakarta dan 7 cabang di Bandung. Pemilik Xtrans *shuttle* pada waktu itu memiliki ide untuk membuka suatu usaha di bidang transportasi yang sekarang terkenal dengan xtrans *shuttle* dengan slogan “Pelopor *On-Time Shuttle*”, dan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan baru-baru ini Xtrans *shuttle* melakukan peningkatan kelas reguler menjadi kelas premium dan kelas premium ini sudah berjalan selama 5 bulan, perbedaan kelas reguler dan premium yaitu kelas premium memiliki fasilitas yang lebih lengkap dan harga kelas premium lebih tinggi dibandingkan kelas reguler. Adanya perubahan kelas premium di Xtrans *shuttle*, maka banyak masyarakat memilih Xtrans *shuttle* untuk melakukan sebuah perjalanan ke tempat tujuannya, dan peneliti kali ini akan meneliti kepuasan pelanggan terhadap peningkatan kelas premium, dikarenakan penelitian ini penting diteliti karena adanya keluhan dan penelitian ini belum pernah dilakukan. Berikut tabel dibawah adalah beberapa keluhan dari pelanggan.

TABEL 1
DAFTAR KELUHAN PELANGGAN

Pelayanannya sangat tidak baik, mending ga usah pakai jasa angkutan maupun paket disini, pegawai nya ditanya saja ga ada yang ramah.
Parah lah, di denah 1 baris cuma 2, kenyataan 1 baris 3 bangku, kaki sempit ga bisa lurusin. Ngaku pelopor on time tapi shuttle ngaret 50 menit. Cukup sekali aja lah naik travel ini.
Fasilitas kurang lengkap untuk kelas premium dan masih belum nyaman, mobilnya kurang bagus.
Petugasnya tidak ramah kepada pelanggannya dan harga untuk kelas premium masih agak mahal.
Layanan pelanggan yang buruk. Seorang CS meneriaki istriku untuk sebuah pertanyaan sederhana. Supir tidak ramah ketika ditanya soal kemacetan.
Tidak sopan dan sangat tidak profesional Saya bertanya 2x mengenai posisi duduk yg saya dapat dan berniat ingin mengganti tempat. Cust service bilang sudah penuh yg ke Tomang, tidak bisa ganti tempat. Im totally ok sebenarnya kalau bnr penuh. Delay 2 jam dari 18.15 menjadi 20.00 dengan tujuan Tomang.

Sumber : www.xtrans.com,2020

Berdasarkan uraian tersebut, maka penulis merasa perlu untuk meneliti kepuasan pelanggan dengan adanya kelas premium di Xtrans *shuttle*. Oleh sebab itu, penulis memutuskan judul untuk penelitian ini adalah “Kepuasan Pelanggan Kelas Premium di Xtrans *shuttle* rute Bandung – Jakarta”

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang menjadi pembahasan peneliti yaitu belum optimalnya kepuasan pelanggan yang menggunakan kelas premium di Xtrans *shuttle*.

Identifikasi Masalah

1. Bagaimana kualitas produk kelas premium Xtrans *shuttle* rute Bandung – Jakarta?
2. Bagaimana kualitas pelayanan kelas premium Xtrans *shuttle* rute Bandung – Jakarta?
3. Bagaimana harga kelas premium Xtrans *shuttle* rute Bandung – Jakarta?
4. Bagaimana faktor emosional pelanggan Xtrans *shuttle* rute Bandung – Jakarta?
5. Bagaimana biaya dan kemudahan kelas premium Xtrans *shuttle* rute Bandung – Jakarta?
6. Bagaimana kepuasan pelanggan kelas premium Xtrans *shuttle* rute Bandung - Jakarta ?

C. Tujuan Penelitian

1. Tujuan formal

Penelitian ini secara umum bertujuan untuk memenuhi persyaratan sidang akhir untuk Proyek Akhir di semester 8 pada program Diploma IV, Manajemen Bisnis Perjalanan, Jurusan Perjalanan, Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.

2. Tujuan Operasional

Penelitian ini bertujuan untuk melihat kepuasan pelanggan :

- a. Mengetahui kualitas produk di Xtrans shuttle kelas premium rute Bandung – Jakarta
- b. Mengetahui kualitas pelayanan di Xtrans shuttle rute Bandung – Jakarta
- c. Mengetahui harga kelas premium di Xtrans shuttle rute Bandung – Jakarta
- d. Mengetahui faktor emosional pelanggan yang menggunakan Xtrans shuttle kelas premium rute Bandung – Jakarta
- e. Mengetahui biaya dan kemudahan di Xtrans shuttle kelas premium rute Bandung – Jakarta
- f. Mengetahui Kepuasan pelanggan yang ada di Xtrans shuttle kelas premium rute Bandung - Jakarta

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya yang akan membahas hal yang serupa yaitu mengenai kepuasan pelanggan.

2. Manfaat praktis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat meningkatkan kepuasan pelanggan di Xtrans *Shuttle* agar menjadi lebih baik lagi dan dapat mempertahankan PT. Batara Titian Kencana (X-trans) menjadi perusahaan jasa transportasi terbaik.