

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi transportasi saat ini yang sangat pesat membuat persaingan dalam penyediaan jasa transportasi menjadi sangat tajam dan ketat. Terutama di era globalisasi dan teknologi yang sudah sangat maju dan berkembang seperti saat ini. Sektor transportasi memegang suatu peranan penting karena memudahkan masyarakat untuk menjangkau dari suatu tempat ke tempat lainnya dan untuk suatu tujuan tertentu, bagi seseorang individu, kelompok/organisasi atau pembisnis untuk mendukung kegiatan bisnisnya. Perkembangan zaman yang semakin maju membuat kegiatan yang dilakukan oleh masyarakat menjadi lebih banyak dan beragam. Tak jarang kegiatan tersebut membutuhkan perpindahan dari suatu tempat ke tempat lainnya. Hal ini membuat jasa antar-jemput travel terus berkembang.

Adanya kemajuan perekonomian global dewasa ini mendorong pertumbuhan sektor jasa yang begitu pesat. Banyak peluang bisnis yang muncul dari sektor ini, demikian halnya kesempatan kerja banyak tercipta dari sektor jasa. Hal ini besar kemungkinan disebabkan oleh adanya peningkatan pengaruh sektor jasa dalam perekonomian, waktu santai yang semakin banyak, tingkat harapan hidup semakin meningkat, produk-produk yang dibutuhkan dan dihasilkan semakin kompleks, adanya peningkatan

kompleksitas kehidupan dan perubahan teknologi yang semakin cepat.² Saat ini berbagai bisnis jasa banyak di jumpai dalam kehidupan sehari-hari, salah satu contohnya adalah perusahaan jasa transportasi.

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 sekarang ini. Makin bertambah baik alat transportasi yang digunakan manusia makin bertambah tingkat mobilitas manusia itu, baik secara individual maupun secara sosial; berarti makin besar pula kemungkinan manusia dalam memperoleh sumber kehidupan yang lebih baik.

Dapat dikatakan jasa transportasi pada saat ini merupakan suatu sarana yang sangat dibutuhkan bagi berbagai sendi kehidupan. Orang akan menggunakan kendaraan pribadi atau kendaraan angkutan umum guna mengantarkan dirinya kesuatu tempat tujuan, demikian pula perusahaan membutuhkan armada transportasi guna mendistribusikan barangnya dari gudang untuk dapat sampai kepada konsumen di pasar.

Bertambahnya jumlah penduduk dan kompleksitas kehidupan yang semakin meningkat, menyebabkan kebutuhan akan jasa transportasi semakin meningkat. Hal ini ditanggapi oleh para pelaku bisnis transportasi untuk

² Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2004), hlm. 4

berusaha memenuhi kebutuhan tersebut, dengan menambah armadanya maupun mendirikan perusahaan transportasi baru.

Di dalam aspek perekonomian, transportasi memiliki pengaruh yang sangat besar. Semakin berkembangnya perekonomian menuju arah globalisasi menuntut sebagian masyarakat melakukan mobilitas yang sangat tinggi, sehingga masyarakat akan semakin jeli menentukan pilihannya. Banyak perusahaan transportasi yang menawarkan dan berusaha merebut minat konsumen untuk menggunakan produk dan atau jasa yang ditawarkan dari sebuah perusahaan transportasi. Kepuasan konsumen akan tercapai apabila kualitas produk atau jasa yang diberikan oleh perusahaan sesuai dengan keinginan konsumen³. Hal ini disebabkan kualitas jasa sangat tergantung dari siapa dan bagaimana jasa itu diberikan.

Salah satu bisnis jasa transportasi adalah usaha travel. Kasus yang terjadi di lapangan adalah semakin maraknya persaingan antar bisnis travel sekarang ini, hal ini bisa dilihat dengan semakin maraknya jumlah perusahaan-perusahaan travel di berbagai tempat yang saling berdekatan antara satu dengan yang lain, apalagi di era sekarang semakin bertambahnya jasa-jasa travel online seperti Grab, Taxi online dan sebagainya, juga maraknya jasa travel gelap yang tanpa perizinan beroperasi tentunya sangat berdampak pada sebuah usaha travel.

Dalam kondisi persaingan yang ketat, hal utama yang harus diprioritaskan oleh perusahaan adalah kepuasan pelanggan. Kualitas

³Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran.....*, hlm. 54

pelayanan berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan yang optimal dapat dijadikan sebagai salah satu strategi pemasaran perusahaan untuk meningkatkan serta mempertahankan pelanggan.

Setiap perusahaan berusaha memberikan pelayanan yang terbaik dengan fasilitas yang memadai bagi konsumennya agar mereka merasa puas terhadap jasa yang mereka rasakan dan mereka mau menjadi pelanggan. Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan⁴. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan hubungan ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan bagi para pelanggan dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan.

Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Hal ini berarti bahwa citra kualitas yang baik bukan dilihat dari persepsi pihak penyedia jasa, tetapi merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu jasa. Kualitas dibentuk oleh perbandingan antara ideal dan persepsi dari kinerja dimensi kualitas.

Kegiatan pelayanan merupakan ujung tombak didalam meningkatkan penjualan, yang pada akhirnya akan dapat meningkatkan penjualan jasa

⁴ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran.....*, hlm. 54.

transportasi. Ini tergantung pada bauran pemasaran yang dilakukan supaya dapat menimbulkan umpan balik bagi perusahaan. Selain itu, diperlukan kemampuan manajemen dari perusahaan dalam memanfaatkan peluang yang ada di masyarakat yang ada.

Pelayanan yang baik adalah hal yang harus diperhatikan oleh perusahaan jasa. Pelayanan yang baik dan berkualitas akan berdampak positif bagi perusahaan, sebab dengan proses pelayanan yang baik dan berkualitas bisa membuat konsumen menjadi pelanggan setia yang tentunya akan dapat menambah kemanfaatan yang banyak bagi perusahaan. Begitu pula sebaliknya jika pihak perusahaan tidak mempertimbangkan dan memperhatikan kualitas pelayanan terhadap konsumennya maka kemungkinan tidak bisa dihindari bahwa konsumen akan berpaling untuk menggunakan jasa pelayanan perusahaan itu lagi dan lebih memilih ke perusahaan jasa lainnya. Sebab konsumen adalah raja, dan seorang konsumen akan selalu berharap untuk mendapatkan perlakuan yang khusus yang sesuai dengan apa yang mereka harapkan.

Faktor yang tak kalah penting untuk diperhatikan setelah pelayanan dalam usaha jasa adalah mengenai fasilitas. 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 penggunaan jasa tersebut. Persepsi yang diperoleh dari interaksi pelanggan dengan fasilitas berpengaruh terhadap kualitas jasa dimata

pelanggan⁵. Oleh karena jasa merupakan kinerja dan tidak dapat dirasakan sebagaimana barang, maka pelanggan cenderung memperhatikan fakta-fakta yang berkaitan dengan jasa sebagai bukti kualitas.

Fasilitas fisik merupakan salah satu indikator mengenai baik tidaknya kualitas suatu jasa, fasilitas erat kaitannya dengan pembentukan persepsi pelanggan. Dengan demikian, bagi perusahaan yang ingin tetap mempertahankan eksistensinya dan memenangkan persaingan bisnis serta menarik perhatian pelanggan senantiasa memberikan pelayanan yang berkualitas serta fasilitas pendukung yang sesuai dengan harga yang telah dibayar oleh pelanggan atau berusaha untuk memenuhi kebutuhan serta mewujudkan harapan mereka. Kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dibanding harapannya.⁶

Tersedianya fasilitas adalah secara fisik, perlengkapan, sarana komunikasi dan lainya harus ada dalam proses jasa. Fasilitas menjadi salah satu pertimbangan konsumen dalam menentukan pilihan. Pada tingkat harga yang hampir sama, semakin lengkap fasilitas yang disediakan perusahaan tersebut, maka konsumen akan semakin puas dan konsumen akan terus memilih perusahaan tersebut. Sedangkan pelayanan yang dijual adalah keramah-tamahan dan ketrampilan karyawan dalam melayani pelanggannya.

CV. Ferdino Putra Wijaya Tour & Travel merupakan salah satu perusahaan jasa sewa travel yang mampu bertahan ditengah gejolak ekonomi

⁵ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran.....*, hlm. 43.

⁶ *Ibid.*, hlm. 147.

saat ini. Dengan banyaknya persaingan tidak menurunkan semangat pemilik usaha jasa untuk menyerah menjalankan bisnis travelnya tersebut. Karena menurut beliau bisnis ini merupakan bisnis yang menjanjikan. Untuk menarik minat para pelanggan dan selera konsumen maka pemilik berusaha memberikan pelayanan dan fasilitas terbaik untuk para konsumennya.

CV. Ferdino Putra Wijaya Tour & Travel merupakan perusahaan yang menyediakan penyewaan di bidang jasa untuk berbagai hal, misalnya paket wisata atau ziarah wali, travel antar jemput bandara dan pelabuhan, sewa mobil, carter segala jurusan, pengurusan paspor dan cop visa. Tidak hanya itu saja CV. Ferdino Putra Wijaya Tour & Travel adalah sebuah agen travel yang juga menyediakan jasa pelayanan reservasi tiket pesawat secara online dengan beberapa maskapai penting seperti : Air Asia, Lion Air, Citilink, Merpati Airlines, dan Sriwijaya Air. Selain menyediakan tiket pesawat perusahaan ini juga menyediakan jasa pelayanan tiket kapal laut PELNI seperti : Gunung Dempo, Binaiya, Leuser, Labobar, Lambelu, Dorolonda, Bukit Raya, dll.

Dengan semakin banyaknya perusahaan travel yang berdiri di era sekarang ini, otomatis akan terjadi persaingan yang sangat ketat. Dan masyarakat tentunya akan lebih jeli lagi ketika ingin menggunakan jasa travel dari perusahaan tersebut. Untuk itu CV. Ferdino Tour & Travel berusaha memberikan pelayanan dan fasilitas yang terbaik untuk kebutuhan masyarakat agar masyarakat lebih nyaman dan lebih percaya dengan perusahaan ini.

Meskipun sudah berusaha memberikan pelayanan dan fasilitas yang terbaik, akan tetapi pada CV. Ferdino Putra Wijaya Tour & Travel masih dijumpai adanya suatu permasalahan yang dapat menyebabkan pelanggan atau konsumen mengeluh. Berdasarkan kenyataan di atas inilah yang menarik peneliti untuk mengambil judul “ **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada CV. Ferdino Putra Wijaya Tour & Travel Ngunut Kabupaten Tulungagung**”.

B. Identifikasi Masalah

Dalam penelitian ini dibahas mengenai identifikasi cakupan yang mungkin muncul dalam penelitian, supaya pembahasannya lebih terarah dan sesuai dengan tujuan yang dicapai yaitu untuk mengetahui sejauh mana pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada CV. Ferdino Putra Wijaya Tour & Travel Ngunut Kabupaten Tulungagung. Identifikasi masalah yang mungkin muncul yaitu :

1. Strategi kualitas pelayanan dan fasilitas yang dilakukan oleh CV. Ferdino Putra Wijaya Tour & Travel Ngunut Kabupaten Tulungagung untuk mendapatkan konsumen.
2. Besarnya kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen CV. Ferdino Putra Wijaya Tour & Travel Ngunut Kabupaten Tulungagung.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada CV. Ferdino Putra Wijaya Tour & Travel Ngunut Kabupaten Tulungagung?
2. Apakah variabel fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada CV. Ferdino Putra Wijaya Tour & Travel Ngunut Kabupaten Tulungagung?
3. Apakah Variabel kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen pada CV. Ferdino Putra Wijaya Tour & Travel Ngunut Kabupaten Tulungagung?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang ada, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan:

1. Untuk menguji signifikansi pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada CV. Ferdino Putra Wijaya Tour & Travel Ngunut Kabupaten Tulungagung.
2. Untuk menguji signifikansi pengaruh variabel fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada CV. Ferdino Putra Wijaya Tour & Travel Ngunut Kabupaten Tulungagung.
3. Untuk menguji signifikansi pengaruh variabel kualitas pelayanan dan fasilitas secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen pada CV. Ferdino Putra Wijaya Tour & Travel Ngunut Kabupaten Tulungagung.

E. Kegunaan Penelitian

Hasil yang diharapkan dari penelitian ini antara lain dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun secara praktis antara lain :

1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk menguatkan teori tentang perilaku konsumen, khususnya tentang kepuasan konsumen.

2. Kegunaan Praktis

- a. Bagi pihak CV. Ferdino Putra Wijaya Tour & Travel Ngunut Kabupaten Tulungagung diharapkan dapat memberikan manfaat serta masukan bagi pihak perusahaan didalam mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada CV. Ferdino Putra Wijaya Tour & Travel Ngunut Kabupaten Tulungagung.
- b. Bagi pihak akademik diharapkan dapat digunakan perbendaharaan perpustakaan IAIN Tulungagung.
- c. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat digunakan sebagai referensi sekaligus sebagai pengembangan penelitian yang akan datang.

F. Ruang Lingkup Penelitian dan Keterbatasan Penelitian

Ruang lingkup yang akan dibahas pada penelitian ini adalah :

1. Variabel yang digunakan terdiri dari tiga variabel yaitu :

- a. Variabel bebas meliputi : Kualitas Pelayanan (X1) dan fasilitas (X2).
- b. Satu variabel terikat, (Y) adalah Kepuasan Konsumen.

2. Keterbatasan

- a. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner.
- b. Peneliti ini hanya meneliti tentang pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada CV. Ferdino Putra Wijaya Tour & Travel Ngunut Kabupaten Tulungagung

G. Penegasan Istilah

1. Definisi Konseptual

Secara konseptual yang dimaksud dengan “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen” adalah sebagai berikut :

a. Kualitas Pelayanan (X1)

Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.⁷

b. Fasilitas (X2)

Fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen. Fasilitas dapat pula berupa segala sesuatu yang memudahkan konsumen dalam memperoleh kepuasan. Karena suatu bentuk jasa tidak bisa dilihat, tidak bisa dicium dan tidak bisa diraba maka aspek wujud fisik menjadi penting sebagai ukuran dari pelayanan. Konsumen yang ingin mencari kenyamanan selama proses menunggu pelaksanaan layanan

⁷ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Indeks, 2006), hlm. 49

jasa akan lebih merasa nyaman bila fasilitas yang digunakan oleh pelanggan dibuat nyaman dan menarik.⁸

c. Kepuasan Konsumen (Y)

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya.⁹

2. Definisi Operasional

Secara operasional penelitian ini dimaksudkan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada CV. Ferdino Putra Wijaya Tour & Travel Ngunut Kabupaten Tulungagung. Pada penelitian, obyek yang diteliti terdiri dari 2 Variabel *independen* dan 1 variabel *dependen*. Yang mana X1 adalah kualitas pelayanan, X2 adalah fasilitas, dan Y adalah kepuasan konsumen.

⁸ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran, Edisi pertama*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2001), hlm. 184

⁹ Usi Usmara, *Pemikiran Kreatif Pemasaran*, (Yogyakarta: Amara Books, 2008), hlm.116