

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam Undang-Undang No.22 Tahun 2009 Tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan pasal 141 disebutkan bahwa perusahaan angkutan umum wajib memenuhi standar pelayanan minimum yang meliputi keamanan, keselamatan, kenyamanan, keterjangkauan, kesetaraan, dan keteraturan. Upaya untuk memberikan layanan transportasi massal dengan harga murah, fasilitas yang baik, dan kenyamanan yang terjamin, beberapa kota besar di Indonesia sudah mengembangkan sistem transportasi *Bus Rapid Transit* (BRT). BRT adalah sebuah sistem bus yang cepat, nyaman, dan aman dari sisi infrastruktur dan kendaraan. Hook (2009) mengatakan bahwa BRT dapat dijadikan alat transportasi alternatif karena memiliki kualitas pelayanan yang lebih baik daripada bus lain. Wright (2004) mengatakan BRT sebagai moda transportasi berkualitas tinggi, angkutan berorientasi pada konsumen yang menawarkan kecepatan, nyaman, dan harga terjangkau. Ciri-ciri BRT antara lain memiliki jalur bus khusus, menaikkan dan menurunkan penumpang di halte, dan teknologi bus yang didominasi.

Upaya untuk meninjau persepsi pengguna angkutan umum dapat dilihat dari kualitas pelayanannya. Kualitas adalah keseluruhan karakteristik produk dan jasa yang meliputi marketing, engineering, manufacture, dan maintenance, dimana produk dan jasa tersebut dalam pemakaiannya akan sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan (Feigenbaum, 2014). Kualitas suatu produk atau jasa ditentukan oleh para pelanggan. Setiap usaha manajemen diarahkan pada tujuan yang sama, yaitu terciptanya kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan dan kinerja aktual jasa (Zeithaml dan Bitner, 2003). Johnson (1991) mengatakan bahwa kepuasan konsumen adalah sebagai hasil evaluasi menyeluruh konsumen atas kinerja produk yang dikonsumsi, sehingga dapat diartikan bahwa kepuasan merupakan fungsi dari persepsi/kesan atas kinerja/harapan. Dalam konteks kualitas produk (barang dan jasa) dan kepuasan, telah tercapai

konsensus bahwa harapan pelanggan memiliki peranan yang besar sebagai standar perbandingan dalam evaluasi kualitas maupun kepuasan (Parasuraman, *et al.*, 1990).

Wyckof (1988) mengatakan bahwa kualitas pelayanan dapat diwujudkan melalui pemenuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Harapan pelanggan merupakan keyakinan pelanggan sebelum mencoba atau membeli suatu produk, yang dijadikan standar atau acuan dalam menilai kinerja produk tersebut. (Zeithmal, *et al.*, 1990). Harapan didasarkan pada informasi yang disampaikan dari mulut ke mulut, kebutuhan pribadi, pengalaman di masa lampau, dan komunikasi eksternal.

Di Indonesia, studi mengenai kualitas pelayanan transportasi publik sudah banyak dilakukan. Prilianti (2008) melakukan studi analisis persepsi pengguna *busway* tentang kualitas pelayanan dari waktu ke waktu di Jakarta. Sudrajat (2008) melakukan studi tentang preferensi pengguna Trans Jakarta *Busway* akibat perubahan nilai atribut pelayanan. Penilaian kualitas pelayanan merupakan hal penting dan belum pernah dilakukan penelitian, sehingga dalam penelitian ini akan dilakukan perbandingan penilaian kualitas pelayanan bus Trans Bandung Raya di sepuluh koridor dan bus Trans Metro Bandung di tiga koridor. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan pelayanan bus dan mengetahui perbedaan kualitas pelayanan di masing-masing koridor bus Trans Bandung Raya dan bus Trans Metro Bandung.

1.2 Inti Permasalahan

Beberapa masalah yang dihadapi oleh bus Trans Metro Bandung adalah kualitas pelayanan antar koridor yang tidak sama, dalam hal: operasional, kenyamanan, keamanan, keselamatan, dan fasilitasnya (Ramadhan, 2015). Dengan karakteristik tersebut maka perlu dianalisis mengenai perbandingan kualitas pelayanan bus Trans Bandung Raya di sepuluh koridor dan bus Trans Metro Bandung di tiga koridor.

Analisis tersebut diperlukan karena kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan. Apabila kualitas pelayanan bus Trans Bandung Raya dan bus Trans Metro Bandung baik, maka pelanggan akan mencapai kepuasan dan sesuai

dengan harapan pelanggan, dan juga masyarakat dapat menunjukkan respon positif terhadap perbandingan ke 13 koridor tersebut.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian bus Trans Bandung Raya dan bus Trans Metro Bandung ini adalah:

1. Menganalisis kualitas pelayanan bus Trans Bandung Raya pada sepuluh koridor dan bus Trans Metro Bandung pada tiga koridor;
2. Menganalisis perbandingan kualitas pelayanan bus Trans Bandung Raya dan bus Trans Metro Bandung antar koridor dan antar atribut.

1.4 Ruang Lingkup

Untuk mencapai tujuan penelitian ini, maka penelitian ini dibatasi dengan ruang lingkup sebagai berikut:

1. Data yang digunakan adalah data sekunder yang diperoleh dari *Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit* (GIZ). Data tersebut merupakan hasil pendistribusian kuesioner pada pengguna bus Trans Bandung Raya di sepuluh koridor dan bus Trans Metro Bandung di tiga koridornya.
2. Objek penelitian adalah para penumpang bus Trans Bandung Raya di sepuluh koridor dan bus Trans Metro Bandung di tiga koridor.
3. Studi ini hanya membandingkan penilaian kualitas pelayanan bus Trans Bandung Raya dan bus Trans Metro Bandung.