

# **BAB I**

## **Pendahuluan**

### **1.1. Latar Belakang Penelitian**

Di dalam era globalisasi sekarang ini perekonomian terus berkembang dengan pesat di berbagai negara, salah satunya Indonesia. Indonesia merupakan negara yang memiliki jumlah penduduk sangat banyak sehingga mempengaruhi perekonomian negara dan dapat terus berkembang pesat. Ini merupakan peluang yang baik bagi perusahaan untuk menciptakan sesuatu yang dibutuhkan oleh calon konsumen. Tugas perusahaan bukan hanya menciptakan atau mengetahui apa yang menjadi keinginan konsumen tetapi juga memberikan pelayanan dan kepuasan pada pelanggan. Apabila perusahaan dapat memberikan kepuasan kepada konsumen maka perusahaan akan mendapatkan keuntungan. Perusahaan bukan hanya mampu mendapatkan keuntungan tetapi juga harus dapat bersaing secara sehat dengan pesaing. Dalam suatu bisnis pasti ada persaingan sehingga perusahaan harus mampu untuk bertahan. Persaingan yang ketat ini juga disebabkan karena pelanggan pada saat ini cenderung bersikap lebih kritis dan dihadapi pada banyak pilihan. Situasi persaingan yang semakin ketat antara perusahaan menyebabkan perusahaan sulit untuk meningkatkan jumlah pelanggannya.

Pada perekonomian global ini banyak perusahaan yang mengarah ke bisnis jasa. Hal ini dikarenakan pertumbuhan yang sangat pesat pada sektor jasa. Sejumlah

pakar meyakini bahwa pemicu pertumbuhan sektor jasa meliputi faktor-faktor seperti perkembangan teknologi baru, pertumbuhan ekonomi di negara yang telah berkembang dan yang mendukung perkembangan sektor jasa. Sektor jasa memainkan peranan yang sangat krusial bagi perekonomian dewasa ini. Akan tetapi, pemasaran jasa tidak identik dengan pemasaran barang. (Fandy Tjiptono,2009:2)

Sektor jasa di Indonesia telah menyumbang 51 persen dari total Produk Domestik Bruto (PDB) di tahun 2009, angka ini terus meningkat sebagaimana sektor ini terus mengembangkan kualitasnya menuju standar industri yang lebih tinggi. Pertumbuhan sektor ini semakin mantap yakni sekitar 8 persen per tahun, di atas tingkat pertumbuhan PDB secara keseluruhan. ([www.gbgindonesia.com](http://www.gbgindonesia.com))

Industri jasa saat ini merupakan suatu sektor perekonomian yang berkembang pesat. Pertumbuhan tersebut diakibatkan oleh pertumbuhan jenis jasa yang sudah ada sebelumnya dan munculnya jenis jasa yang baru, sebagai akibat dari tuntutan dan perkembangan teknologi. Perkembangan tersebut mampu memberikan tekanan yang kuat terhadap pemanfaatan teknologi baru yang secara langsung akan berdampak menguatnya kompetisi di dalam industri. ([www.demandiri.com](http://www.demandiri.com))

Sektor yang mengalami pertumbuhan terbesar adalah jasa pengangkutan (transportasi) dan komunikasi yaitu sebesar 5.12 persen. Perkembangan sektor jasa sendiri memang belum akan mendorong peningkatan jumlah tenaga kerja sebesar yang dilakukan oleh sektor manufaktur, meskipun demikian tampak jelas peningkatan sektor jasa akan memberikan dampak yang cukup signifikan. Melihat dari sumbangan sektor jasa terhadap PDB Indonesia secara signifikan mengalami kondisi yang stabil

dari tahun ke tahun dapat diharapkan bahwa akan terjadi pertumbuhan yang semestinya bisa sangat baik di tahun 2011. ([www.lintasberita.com](http://www.lintasberita.com))

Menurut Zeithaml dan Bitner (2003:319) menyatakan bahwa pemasaran jasa adalah mengenai janji-janji yang dibuat kepada pelanggan dan harus dijaga. Menurut Kotler and Keller (2006:372) mengemukakan pengertian jasa sebagai berikut

*“ A service is any act or performance that one party can offer to another that is essentially intangible and does not result in the ownership of anything. Its production may or may not be tied to a physical product. ”*

Artinya bahwa jasa adalah tindakan atau kinerja yang ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain yang secara prinsip tidak berwujud dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan. Produksi jasa dapat terkait atau tidak terkait pada suatu produk fisik. ([www.demandiri.or.id](http://www.demandiri.or.id))

Dalam pemasaran jasa diperlukan komunikasi dengan memberikan informasi tentang produk atau jasa yang akan ditawarkan. Dengan adanya komunikasi dan teknologi yang canggih, mengakibatkan terjadinya perubahan yang luar biasa. Adanya kemudahan yang diperoleh dari komunikasi dan informasi yang muncul kompetisi yang sangat ketat yang berakibat pelanggan semakin banyak pilihan dan sangat sulit untuk dipuaskan karena telah terjadi pergeseran yang semula hanya untuk memenuhi kebutuhan, meningkat menjadi harapan untuk memenuhi kualitas dan kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan adalah suatu tingkat keunggulan yang dirasakan seseorang terhadap suatu jasa yang diharapkan dari perbandingan antara keinginan dan kinerja yang dirasakan konsumen setelah membeli jasa tersebut (Lovelock dalam Fandy Tjiptono 2004:59). Kualitas dan kepuasan pelanggan

berkaitan erat. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan.

Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman pelanggan yang tidak menyenangkan. Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expected service*). Kepuasan pelanggan merupakan kesesuaian antara harapan dengan kinerja yang diterima pelanggan. Kepuasan pelanggan dalam bidang jasa merupakan elemen penting dan menentukan dalam menumbuhkembangkan agar tetap eksis dalam menghadapi persaingan. ([www.jurnalskripsi.com](http://www.jurnalskripsi.com))

Dengan kualitas pelayanan yang baik, maka konsumen akan merasa puas sehingga konsumen akan menjadi loyal terhadap perusahaan. Konsumen yang loyal terhadap perusahaan akan berupaya untuk membela produk atau jasa dan secara sukarela merekomendasikannya kepada orang lain. Loyalitas pelanggan merupakan kekuatan kita dalam menciptakan *barrier to new entrants* (menghalangi pemain baru masuk). Dalam rangka menciptakan loyalitas pelanggan maka perusahaan harus berpikir untuk dapat menciptakan kepuasan pelanggan terlebih dahulu. Salah satunya yaitu melalui hubungan pemasaran yang tidak hanya mengutamakan pada bagaimana menciptakan penjualan saja tetapi bagaimana mempertahankan pelanggan dengan dasar hubungan kerjasama dan kepercayaan supaya tercipta kepuasan pelanggan yang maksimal.

Demikian pula dengan bisnis transportasi PO. Maju Lancar di Cirebon sebagai objek penelitian ini. PO. Maju Lancar merupakan suatu perusahaan yang bergerak di bidang Angkutan Jasa Transportasi. PO. Maju Lancar senantiasa berusaha melayani pelanggan secara khusus dan pribadi, serta konsisten dalam menjaga inti dan integritas pelayanannya agar selalu menjadi pelopor di bidang bisnis jasa transportasi.

PO. Maju Lancar selalu berusaha meningkatkan mutu pelayanan kepada para konsumen (penumpang), upaya yang dilakukan adalah: pelatihan sumber daya manusia, peningkatan manajemen, selalu berinovasi, yang bertujuan untuk meningkatkan mutu dan pelayanan yang Prima. PO. Maju Lancar ini telah lama menggeluti bisnis jasa transportasi. Walaupun banyak pesaing dengan angkutan jasa transportasi tetapi Maju Lancar dapat bertahan. PO. Maju Lancar mampu mengikuti apa yang menjadi keinginan dari konsumennya. Untuk mengetahui apa yang menjadi keinginan dari pelanggan, maka PO. Maju Lancar menerapkan kebijakan yaitu selalu "Mengutamakan kepuasan pelanggan dengan cara menjamin bahwa jasa transportasi darat yang dihasilkan dapat memenuhi mutu yang dipersyaratkan dan dengan harga yang kompetitif serta mengupayakan peningkatan pelayanan kepada pelanggan secara berkesinambungan".

PO. Maju Lancar mencoba membangun dan menjaga citra pelayanan sebaik mungkin dan berupaya untuk meyakinkan masyarakat bahwasanya Maju Lancar adalah perusahaan jasa transportasi darat yang dapat diandalkan dan selalu selangkah lebih maju. PO. Maju Lancar selalu memberikan nilai yang lebih nyaman untuk

pelanggannya. Kualitas jasa yang baik akan menimbulkan kepuasan dan loyalitas pada diri konsumen terhadap jasa yang diberikan oleh perusahaan.

Dari uraian di atas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Perusahaan Transportasi Bus PO. MAJU LANCAR di Cirebon”**.

### **1.2. Identifikasi Masalah**

Berdasar latar belakang di atas, maka masalah-masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah bukti fisik (*tangibles*) berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan PO. Maju Lancar di Cirebon?
2. Apakah ketanggapan (*responsiveness*) berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan PO. Maju Lancar di Cirebon?
3. Apakah kehandalan (*reliability*) berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan PO. Maju Lancar di Cirebon?
4. Apakah jaminan pelayanan (*assurance*) berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan PO. Maju Lancar di Cirebon?
5. Apakah empati (*empathy*) berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan PO. Maju Lancar di Cirebon?
6. Apakah kualitas jasa (*service quality*) berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan PO. Maju Lancar di Cirebon?

### 1.3. Tujuan Penelitian

- 1) Untuk mengetahui apakah bukti fisik (*tangibles*) berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan PO. Maju Lancar di Cirebon?
- 2) Untuk mengetahui apakah ketanggapan (*responsiveness*) berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan PO. Maju Lancar di Cirebon?
- 3) Untuk mengetahui apakah kehandalan (*reliability*) berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan PO. Maju Lancar di Cirebon?
- 4) Untuk mengetahui apakah jaminan pelayanan (*assurance*) berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan PO. Maju Lancar di Cirebon?
- 5) Untuk mengetahui apakah empati (*empathy*) berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan PO. Maju Lancar di Cirebon?
- 6) Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan (*service quality*) berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan PO. Maju Lancar di Cirebon?

### 1.4. Kegunaan Penelitian

Melalui penelitian ini penulis berharap dapat memberikan kegunaan dan manfaat bagi para pembaca atau pihak-pihak yang berkepentingan.

#### 1. Manfaat akademis

Penelitian ini untuk menambah pengetahuan dan pengalaman yang berhubungan dengan mata kuliah Manajemen Pemasaran sehingga dengan penelitian ini pihak penulis dan pembaca dapat memahami pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan PO. Maju Lancar di Cirebon.

## 2. Manfaat dalam implementasi atau praktik

Sebagai masukan bagi manajemen PO. Maju Lancar dalam meningkatkan loyalitas konsumen melalui peningkatan kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.