

BAB I

PENDAHULUAN

1.6 LATAR BELAKANG

Dengan perkembangan zaman sekarang ini, semakin banyak orang yang memerlukan sarana transportasi antar kota yang aman. Apalagi pada tahun 2005 setelah adanya akses jalan tol cikampek – purwakarta – padalarang (cipularang), maka semakin terbukanya peluang usaha baru. Karena semakin banyaknya permintaan pasar akan sarana transportasi antar kota, maka peluang ini dilihat oleh pengusaha-pengusaha transportasi, oleh karena itu sekarang ini semakin banyak juga muncul perusahaan transportasi atau otojasa yang muncul di bidang travel shuttle. Awal mula perusahaan 4848 menjadi perusahaan pertama yang membuka usaha shuttle travel yang mengantarkan orang yang membutuhkan jasa transportasi antar kota, kemudian pada tahun 2002 disusul oleh travel cipaganti, kemudian pada tahun 2005 travel X-trans, dan di susul juga dengan travel-travel lain seperti travel Bahamas, City trans, Daytrans, dan anak cabang dari cipaganti yaitu Transline shuttle dan Sararea star shuttle.

Dari awal usaha keberadaan Cipaganti Group dimulai pada tahun 1985 dengan dibukanya usaha jual beli mobil bekas dengan nama Cipaganti Motor oleh Andianto Setiabudi pada tahun 1985 di jalan Cipaganti No.84 Bandung. Perkembangan usaha dari tahun ke tahun mengalami peningkatan yang cukup baik sehingga dapat berkembang dengan memiliki beberapa showroom mobil bekas di jalan Cipaganti, Cihampelas dan jalan Abdul Muis (d/h Pungkur) Bandung. Kemudian pada tahun 1991 seiring dengan perkembangan perekonomian nasional dan banyaknya perusahaan besar yang melakukan out source untuk kebutuhan kendaraan sebagai sarana transportasi dan operasional perusahaan. Dengan pasar yang sedemikian luas dan pertumbuhan kebutuhan kendaraan sebagai pendukung usaha, maka Cipaganti Motor dikembangkan menjadi Cipaganti Rental yang menyewakan segala jenis dan merk kendaraan, mulai dari kendaraan angkutan barang, penumpang, pernikahan serta paket wisata. Saat ini Cipaganti Rental memiliki cabang di kota-kota besar se-Jabodetabek dan Bandung Priangan. Pada tahun 2002 dilakukan diversifikasi usaha sejenis dengan target market retail, yaitu Travel & Paket layanan Door to Door dengan jurusan perdana Bandung - Bogor, kemudian Bandung -Jakarta, Bandung- Bandara Soekarno Hatta, Bandung- Tasikmalaya dan Bandung-Cirebon.

Sedangkan pada tahun 2005 dengan adanya akses jalan tol Cipularang, maka terbuka juga peluang usaha baru dan Cipaganti Otojasa berhasil mengembangkan layanan Shuttle Service Point to Point Bandung - Jabodetabek yang terus dikembangkan. Tahun 2007 adalah pencetusan konsep transportasi terpadu dengan adanya penambahan jasa layanan bus pariwisata, tours & airlines ticketing ditambah layanan dokumen, paket dan kargo memberikan solusi menyeluruh kebutuhan transportasi.

Cipaganti Shuttle (*Point to Point*) adalah sebuah layanan angkutan penumpang dari Terminal/Pool Cipaganti Kota Asal ke Terminal/Pool Cipaganti Kota Tujuan sesuai trayek/jurusan yang dilayani Cipaganti Shuttle. Layanan Shuttle memiliki beberapa keuntungan bagi konsumen antara lain Lokasi Cabang/outlet berada pada lokasi strategi, Cabang/outlet yang memiliki standar kenyamanan, keberangkatan terjadwal dan on time, seat penumpang yang terbatas, driver yang santun dengan melalui seleksi penerimaan yang ketat dan *training* yang berkelanjutan serta reservasi selama 24 jam dan perlindungan asuransi kepada penumpang. Layanan Shuttle Cipaganti adalah antar-jemput penumpang dari titik (cabang/outlet) ke titik tujuan (*point to point*) yang terbesar dikarenakan rute serta jadwal keberangkatan terbanyak. Saat ini cipaganti merupakan perusahaan shuttle terbesar di bandung yang mempunyai 12 pool yang berada di GATOT SUBROTO 94(GTS) Jl. Gatot Subroto No.94, Metro Indah Mall (MIM) Jl. Soekarno Hatta No.590 Ruko MIM Blok A 31, CIPAGANTI 75 (CPGT-75) Jl Cipaganti No 75, GEDE BAGE (GDBG) Jl Soekarno Hatta No 717 Gede Bage, FESTIVAL CITYLINK (CITYLINK) Jl Peta No 241 Lobby Mall GF 27 B, CIPAGANTI 84 (CPGT-84) Jl Cipaganti No 84, BUAH BATU (BUBAT) Jl Ters. Buah Batu No 69, DIPATIUKUR (DU) Jl Dipatiukur No 88 A, MIKO MALL KOPO (MIKO) Jl Kopo No 599, BANDUNG TRADE CENTER (BTC) Jl Dr. Djunjunan No 143-149, BALUBUR TOWN SQUARE (BALTOS) Balubur Town Square Blok D2 Q-22 Jl Taman Sari, PASTEUR POINT (PP) Jl Dr. Djunjunan No 137.

Jenis Armada Yang Dioperasikan Oleh Sub-Unit Usaha Shuttle dan Travel

Salah satu hal yang mendukung perolehan pendapatan yang cukup besar untuk sub-unit usaha shuttle dan travel adalah besar jumlah armada serta beragamnya jenis kendaraan yang dioperasikan, seperti terlihat pada tabel di bawah ini

Jenis Armada	2008	2009	2010	2011	2012
Pregio	171	299	360	360	370
Travelo	73	73	73	73	73

Elf	63	196	293	330	415
L-300	-	2	22	22	22
Hyundai	2	2	12	63	142
Alphard	7	11	22	22	22
Toyota Commuter	4	4	4	4	4
TOTAL	320	587	786	874	1.048

Sumber : Perseroan

Terlihat dari tabel di atas bahwa jumlah armada yang dioperasikan oleh sub-unit usaha shuttle dan travel terus mengalami peningkatan sejak tahun 2008.

Jumlah Rute yang Dilayani oleh Armada Shuttle dan Travel berdasarkan Asal Keberangkatan

Besarnya jumlah armada serta beragamnya jenis kendaraan yang dioperasikan sub-unit usaha shuttle dan travel melayani berbagai rute keberangkatan, tidak hanya untuk pulau Jawa namun juga untuk pulau Bali dan Kalimantan.

Penambahan rute alternatif yang dilakukan oleh sub-unit usaha shuttle dan travel telah memperhitungkan banyak faktor. Salah satu bahan pertimbangan berdasarkan hasil riset adalah kemampuan daya beli masyarakat di daerah prospek, infrastruktur yang ada serta tingkat persaingan. Setelah faktor-faktor tersebut dianalisa secara mendalam, maka tahap selanjutnya adalah pengajuan ijin-ijin yang harus diperoleh untuk beroperasi di suatu wilayah.

Berikut adalah tabel yang menggambarkan banyaknya rute alternatif yang dijalani armada shuttle dan travel Perseroan per Desember 2012 yang mencapai 216 rute. Rute yang dilayani oleh armada sub-unit usaha shuttle dan travel tidak hanya terbatas di area Jabodetabek, namun sudah tersebar di pulau Jawa, Bali dan Kalimantan.

Kota Asal	2008	2009	2010	2011	2012
Bandung	28	35	48	58	64
Jakarta	31	38	53	64	68
Jawa Tengah	-	16	22	26	30
Jawa Timur	-	17	24	29	32
Denpasar	-	3	4	5	7
Bandara Soekarno Hatta	3	3	5	6	7

Kal-Tim	-	-	-	8	8
TOTAL	62	112	156	196	216

Sumber : Perseroan

Jumlah Keberangkatan Setiap Hari yang Dilakukan oleh Armada Shuttle dan Travel berdasarkan Asal Keberangkatan

Frekuensi keberangkatan yang tinggi yang dilakukan oleh armada sub-unit shuttle dan travel dari setiap point keberangkatan di kantor cabang dan kantor usaha membuat jumlah trip yang dilakukan oleh seluruh armada sub-unit usaha shuttle dan travel mencapai 1.836 trip untuk setiap harinya per Desember 2012.

Kota Asal	2008	2009	2010	2011	2012
Bandung	270	334	439	529	689
Jakarta	68	85	111	134	390
Jawa Tengah	86	106	139	168	221
Jawa Timur	-	66	86	104	162
Denpasar	-	8	11	13	22
Bandara Soekarno Hatta	89	110	144	174	300
Kal-Tim	-	-	-	16	52
TOTAL	513	709	930	1.138	1.836

Sumber : Perseroan

Jumlah Rata-Rata Penumpang Setiap Bulan yang Diberangkatkan oleh Armada Shuttle dan Travel berdasarkan Asal Keberangkatan

Banyaknya jumlah armada yang dioperasikan, rute yang beragam, serta jumlah trip yang besar, membuat jumlah penumpang yang dapat diangkut oleh armada sub-unit usaha shuttle dan travel rata-rata setiap bulan mencapai 279.230 per Desember 2012.

Kota Asal	2008	2009	2010	2011	2012
Bandung	31.600	45.741	65.621	70.066	95.538
Jakarta	34.348	50.167	71.971	77.073	81.745
Jawa Tengah	-	20.657	29.635	30.362	36.686
Jawa Timur	-	23.608	33.869	35.033	39.871

Denpasar	-	4.427	6.350	4.671	5.553
Bandara Soekarno Hatta	2.748	4.427	6.350	7.007	10.538
Kal-Tim	-	-	-	9.342	9.798
TOTAL	68.695	149.026	213.797	233.554	279.230

Sumber : Perseroan

Dari tabel di atas terlihat bahwa penumpang yang dapat diangkut oleh armada yang dioperasikan oleh sub-unit usaha shuttle dan travel rata-rata per bulan mengalami peningkatan.

Peningkatan jumlah penumpang yang diangkut oleh layanan shuttle dan travel tidak hanya memperhatikan faktor harga yang dapat bersaing dengan perusahaan sejenis, namun juga faktor kenyamanan serta keamanan penumpang.

Fokus kenyamanan penumpang sub-unit usaha shuttle dan travel dapat terlihat dari penambahan armada jenis tertentu yang terkenal akan kenyamanannya, yaitu armada berjenis limousine.

Seiring dengan restrukturisasi internal Perseroan, rencananya kegiatan operasional sub-unit usaha shuttle dan travel akan dilakukan oleh PT Star Line (SL), yang merupakan anak usaha Perseroan. Perubahan struktur ini untuk mengantisipasi pertumbuhan dari sub-unit usaha shuttle dan travel serta untuk meningkatkan fokus kegiatan usaha serta memudahkan evaluasi kinerja sub-unit usaha ini. (www.sl.cipaganti.co.id)

Saat ini persaingan antara perusahaan semakin ketat, mengingat perkembangan dunia usaha yang semakin maju. Persaingan tersebut membuat perusahaan melakukan berbagai usaha untuk tetap bertahan dalam persaingan tersebut, misalnya dengan adanya promosi, pemotongan harga, pemberian fasilitas dan sebagainya. Konsumen akan memilih produk atau jasa mana yang dirasakan paling sesuai dan memuaskan. Dengan persaingan yang sudah begitu ketat antara berbagai perusahaan travel, maka perusahaan yang ingin bertahan hidup harus memikirkan cara yang efektif agar dapat bersaing. Salah satu cara adalah meningkatkan kualitas jasa sebagai salah satu strateginya. Arti kualitas menurut Goeth dan Davis seperti yaitu kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan(Tjiptono, 2000:51). Dapat dikatakan bahwa kualitas berpusat pada pandangan konsumen sehingga kualitas produk ditentukan dari sesuai atau tidaknya produk dimata konsumen.

Kualitas jasa merupakan faktor yang dominan dalam meningkatkan jumlah pelanggan di samping faktor lain, karena kualitas jasa memiliki hubungan yang positif dengan loyalitas pelanggan dan hubungan antara keduanya adalah kuat (Alison, 2003:495). Citra kualitas yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang atau persepsi pihak penyedia jasa, melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi pelanggan. Pelangganlah yang mengkonsumsi dan menikmati jasa tersebut, sehingga merekalah yang seharusnya menentukan kualitas jasa. Persepsi pelanggan terhadap kualitas jasa merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu jasa, dan harapan pelanggan merupakan keyakinan pelanggan sebelum mencoba atau membeli suatu produk, yang dijadikan standar atau acuan dalam menilai kinerja produk tersebut (Tjiptono, 1996:61).

Loyalitas konsumen adalah keinginan spesifik untuk melanjutkan sebuah hubungan dengan penyedia jasa atau layanan (Czepiel & Gilmore, 1987). Loyalitas pelanggan (*customer loyalty*) tidak dapat lagi disangkal menjadi salah satu idola pimpinan perusahaan, bahkan menjadi tujuan strategis yang paling penting dari perusahaan. Loyalitas masih tetap merupakan konsep bisnis yang sangat penting . pelanggan yang puas dan loyal (setia) merupakan peluang untuk mendapatkan pelanggan baru.

Mempertahankan semua pelanggan yang ada umumnya akan lebih menguntungkan dibandingkan dengan pergantian pelanggan karena biaya untuk menarik pelanggan baru bisa lima kali lipat dari biaya mempertahankan seorang pelanggan yang sudah ada (Kotler, 2000:60).

Keuntungan yang diperoleh dari kepuasan pelanggan sangatlah besar, akan tetapi pada saat ini pelanggan tidak lagi menjadi tujuan akhir proses bisnis suatu perusahaan. Disisi lain tujuan perusahaan lebih fokus kepada menciptakan dan mempertahankan loyalitas pelanggan (Agung, 2006:46).

Memiliki pelanggan yang loyal adalah tujuan akhir dari semua perusahaan. Loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku (Hurriyati, 2005:128).

Berdasarkan penjelasan diatas maka timbul keinginan penulis untuk melakukan penelitian dengan judul “ANALISIS PENGARUH KUALITAS JASA SHUTTLE CIPAGANTI TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan sebelumnya, bahwa kualitas jasa merupakan faktor yang paling dominan dalam meningkatkan loyalitas konsumen maka identifikasi masalah yang diajukan adalah :

1. Bagaimana kualitas jasa Shuttle CIPAGANTI
2. Bagaimana loyalitas konsumen terhadap jasa Shuttle Point to Point CIPAGANTI
3. Bagaimana pengaruh kualitas jasa terhadap loyalitas konsumen

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun maksud dari penelitian ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan Strata 1 (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha.

Tujuan dari penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

- 1 Untuk menganalisis kualitas jasa Shuttle Point to Point CIPAGANTI
- 2 Untuk menganalisis loyalitas konsumen terhadap jasa Shuttle Point to Point CIPAGANTI
- 3 Untuk menganalisis pengaruh kualitas jasa Shuttle Cipaganti terhadap loyalitas konsumen

1.4 Kegunaan dari penelitian ini adalah:

Secara khusus penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat terutama bagi :

1. Bagi penulis

Menambah wawasan dan mengembangkan ilmu pengetahuan mengenai seberapa besar pengaruh kualitas jasa terhadap loyalitas konsumen pada produk Shuttle Point to Point CIPAGANTI

2. Bagi perusahaan

Dapat digunakan sebagai bahan informasi dan masukan bagi pihak perusahaan dalam meningkatkan kualitas jasa dimasa yang akan datang, dan juga diharapkan dapat digunakan sebagai pertimbangan kualitas jasa yang diberikan oleh perusahaan CIPAGANTI.

3. Bagi Pembaca/Umum

Penelitian ini dapat memberikan informasi secara tertulis maupun sebagai referensi mengenai analisis pengaruh kualitas jasa Shuttle Point to Point CIPAGANTI terhadap loyalitas konsumen

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

Bab I : Pendahuluan

Bab ini berisi latar belakang, identifikasi masalah, maksud dan tujuan, kegunaan dari penelitian dan sistematika penulisan.

Bab II : Landasan teori

Pada bab ini dibahas tentang konsep teoritis sebagai dasar untuk menganalisa permasalahan yang ada yang merupakan hasil study pustaka, kerangka penelitian, dan hipotesis

Bab III : Metode Penelitian

Berisi metode penelitian yang dilakukan yang mencakup objek penelitian, jenis penelitian, operasional variabel, populasi dan sampel yang didalamnya terdapat metode pengambilan sampel dan jumlah sampel, teknik pengumpulan data yang digunakan, beserta teknik analisis yang dilakukan dalam mengadakan penelitian.

Bab IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan

Meliputi gambaran umum responden, dan hasil analisa data sesuai dengan metode analisis yang di gunakan.

Bab V : Kesimpulan dan Saran

Berisi kesimpulan (hasil yang berhasil di selesaikan/ diteliti) dan saran (terhadap masalah yang belum terselesaikan sebagai pengembangan dan perbaikan-perbaikan)