

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Adanya kemajuan perokonomian 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 yang santai semakin banyak, presentase wanita yang masuk angkatan kerja semakin besar, tingkat harapan hidup yang semakin meningkat, produk-produk yang dibutuhkan dan dihasilkan semakin kompleks, adanya peningkatan kompleksitas kehidupan dan perubahan teknologi yang semakin cepat (Tjiptono, 2019). Saat ini berbagai bisnis jasa banyak di jumpai dalam kehidupan sehari-hari, salah satu contohnya adalah perusahaan jasa transportasi.

Perusahaan jasa transportasi adalah suatu unit kegiatan ekonomi yang terletak pada suatu tempat tertentu yang menyediakan jasa angkutan penumpang, dan atau barang dari suatu tempat ke tempat lainnya dengan menggunakan alat angkutan bermotor maupun tidak bermotor melalui darat, air, maupun udara dengan mendapat balas jasa. Dapat dikatakan jasa transportasi pada unit ini merupakan suatu sarana yang sangat dibutuhkan bagi berbagai sendi kehidupan. Orang akan menggunakan kendaraan pribadi atau kendaraan angkutan umum guna mengantarkan dirinya ke suatu tempat tujuan, demikian pula perusahaan membutuhkan armada transportasi guna mendistribusikan barangnya dari gudang untuk dapat sampai kepada pelanggan di pasar.

Transportasi adalah sebuah sarana yang sangat penting dalam mendukung aktifitas atau mobilitas manusia setiap harinya sehingga harus dipersiapkan dengan baik dan selamat karena sangat berpengaruh dalam kegiatan-kegiatan seperti angkutan penumpang dan sebagainya. Secara garis besar fungsi dan kegunaan transportasi dapat dipergunakan untuk membantu seseorang baik secara individual atau berkelompok untuk mencapai sasaran dan tujuannya.

Dari berbagai jenis transportasi di Indonesia seperti darat, udara, dan laut, transportasi darat merupakan salah satu yang diberi perhatian khusus oleh pemerintah dan para pengguna jasa transportasi karena harga murah sampai dengan saat ini transportasi darat masih merupakan primadona bagi sebagian besar masyarakat Indonesia.

Untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan sarana transportasi, perusahaan-perusahaan menawarkan berbagai alternatif pengguna sarana transportasi darat seperti bus, mini bus (travel), taksi atau kereta api. Sebagai salah satu sarana transportasi yang banyak dipergunakan masyarakat Indonesia, mini bus (travel) menawarkan berbagai alternatif jurusan dan tujuan yang berbeda-beda. Dari sekian banyak jurusan ke berbagai kota, perjalanan ke kota-kota sangat diminati dan banyak dipergunakan oleh masyarakat baik untuk melaksanakan aktivitas pekerjaan, pariwisata, maupun keperluan lainnya.

Sebagai salah satu alat transportasi darat, travel seringkali digunakan untuk bepergian ke luar kota. Tidak heran jika kendaraan jenis ini sering kita temukan di jalanan berlalu lalang. Selain dapat manampung lebih banyak penumpang dibanding angkutan kota (angkot), kendaraan ini juga dianggap lebih efisien dan

ekonomis dibandingkan dengan biaya bus. Inilah mengapa alasan masyarakat lebih memilih kereta dibandingkan dengan transportasi darat lainnya.

Harga merupakan pernyataan nilai dari suatu produk (Tjiptono, 2019). Harga adalah segala bentuk biaya moneter yang dikorbankan oleh konsumen untuk memperoleh, memiliki, memanfaatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanan dari suatu produk (Hasan, 2020). Namun keputusan mengenai harga tidak mudah untuk dilakukan. Di satu sisi, harga yang terlalu mahal bisa meningkatkan laba jangka pendek, tetapi di sisi lain akan sulit dijangkau oleh pelanggan dan sulit bersaing dengan kompetitor. Perusahaan tidak bisa berbuat sembarangan dalam menentukan kebijakan penetapan harga, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan sebelum menentukan kebijakan penetapan harga diantaranya memilih tujuan penetapan harga, menentukan permintaan, memperkirakan biaya, menganalisis pesaing, biaya, harga, dan tawaran, memilih metode penetapan harga, dan yang terakhir adalah memilih harga akhir. Tidak hanya harga yang menjadi tolak ukur kepuasan pelanggan, adapun hal yang tak kalah penting dalam mencapai kepuasan pelanggan yaitu kualitas pelayanan.

Kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan (Tjiptono, 2019). Berdasarkan definisi ini, kualitas pelayanan ditentukan oleh kemampuan perusahaan memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Kualitas pelayanan adalah sebuah tindakan yang menciptakan manfaat dengan mewujudkan perubahan yang diinginkan konsumen sehingga pelayanan memberikan nilai tersendiri bagi konsumen (Wijaya, 2021). Peningkatan kualitas pelayanan merupakan salah satu

strategi pemasaran yang diutamakan terhadap pemenuhan keinginan pelanggan. Untuk menciptakan kualitas pelayanan yang tinggi, sebuah perusahaan harus menawarkan layanan yang mampu diterima dan dirasakan pelanggan sesuai dengan atau bahkan melebihi harapan pelanggan. Semakin tinggi kualitas pelayanan yang dirasakan, pelanggan tentu akan semakin puas. Kepuasan yang dirasakan pelanggan, akan berdampak positif bagi perusahaan, diantaranya akan mendorong terciptanya loyalitas pelanggan dan reputasi perusahaan akan semakin positif bagi masyarakat, khususnya bagi para pelanggan. Oleh karena itu, setiap perusahaan perlu berupaya memahami harapan pelanggan atas produk atau jasa yang dihasilkan. Kualitas pelayanan memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjadlin 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.

Kepuasan pengguna merupakan respons pengguna terhadap ketidak sesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian (Rangkuti, 2022). Kepuasan pengguna travel dipengaruhi oleh persepsi kualitas jasa, kualitas produk, harga dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat. Konteks kepuasan pengguna travel pada umumnya harapan yang merupakan perkiraan atau keyakinan pengguna tentang apa yang akan diterimanya. Harapan pengguna travel dibentuk oleh pengalaman pembelian

terdahulu, komentar teman-teman dan kenalannya serta janji dari perusahaan tersebut. Harapan-harapan pengguna travel ini dari waktu ke waktu berkembang seiring dengan semakin bertumbuhnya pengalaman pengguna.

Persaingan transportasi travel dinilai semakin ketat melihat banyaknya perusahaan-perusahaan penyedia jasa transportasi travel yang bermunculan. Persaingan yang semakin ketat menuntut perusahaan agar terus berinovasi agar perusahaan tetap berjalan. Kompetisi dan persaingan industri dapat berubah sangat cepat dan bisa meruntuhkan suatu perusahaan yang tidak berupaya untuk melakukan reformasi sesuai dengan perkembangan dan kemajuan zaman.

Di Indonesia, terdapat beberapa perusahaan yang bergerak di bidang transportasi, salah satunya Arnes travel. Arnes travel adalah salah satu layanan travel (point to point) yang mencakup Bandung, Jatinangor, Purwakarta, Soreang, Bekasi, dan Jakarta. Arnes travel pertama didirikan pada tahun 2011 yang beroperasi dibawah naungan PT Niaga Handal Cemerlang (NHC). Perusahaan ini awalnya hanya menyediakan moda transportasi untuk para mahasiswa Bandung-Jatinangor. Saat ini Arnes travel sudah memiliki 8 rute dengan frekuensi jadwal keberangkatan 1 jam sekali dari pukul 05.00 – 23.00 WIB. Berikut adalah tabel karyawan di Arnes Travel Baltos:

Tabel 1.1 Daftar Karyawan Arnes Travel Baltos

No	Jabatan	Jumlah (Orang)
1.	Direktur	1
2.	Manajer Operasional	1
3.	Manajer Keuangan	2
4.	Manajer HRD	1
5.	Karyawan (Supir dan Kondektur)	70

No	Jabatan	Jumlah (Orang)
Total		75

Sumber : Data Arsip Arnes Travel Baltos

Hasil wawancara peneliti pada tanggal 3 November 2025 dengan salah satu karyawan Arnes Travel Baltos Bapa Hidayatullah, bahwasannya pendapatan perusahaan sejak 2024 menurun drastis hanya mencapai Rp 120.000.000/bulannya.

Berikut ini merupakan tabel harga yang telah ditetapkan perusahaan Arnes Travel.

Tabel 1.2 Harga (tarif) yang telah di tetapkan Arnes Travel

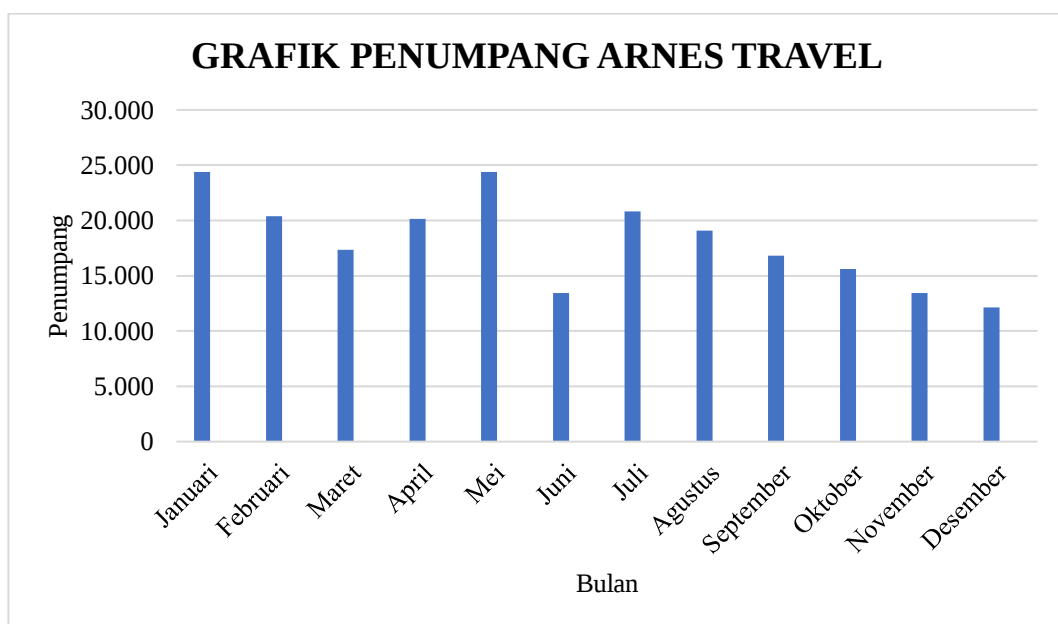
No.	Rute	Harga (tarif)
1.	Baltos – Bekasi	Rp 50.000 / Orang
2.	Pasteur – Bekasi	Rp 50.000 / Orang
2.	Buah Batu – Cirebon	Rp 50.000 / Orang
3.	Baltos – Cianjur	Rp 50.000 / Orang
4.	Baltos – Indramayu	Rp 110.000 / Orang
5.	Baltos – Jatinangor	Rp 20.000 / Orang
6.	Baltos – Soreang	Rp 20.000 / Orang
7.	Baltos – Pancoran	Rp 70.000 / orang

Sumber: Data Arsip Perusahaan Arnes Travel

Tabel di atas adalah harga yang telah ditetapkan oleh pihak perusahaan. Dengan harga sebagaimana pada tabel di atas dapat dikatakan perusahaan menetapkan harga yang terjangkau dan bisa dinikmati semua kalangan, baik dari kalangan ekonomi menengah ke atas atau kalangan ekonomi menengah ke bawah. Dengan demikian yang menjadi target pasar dari perusahaan tidak hanya dinikmati oleh kalangan tertentu saja. Namun dibalik harga yang terjangkau, seringkali mendapatkan keluhan pengguna terkait sikap *driver*/supir yang ugal-ugalan dan keterlambatan keberangkatan. Jika tidak segera ditangani oleh pihak perusahaan

perihal sikap *driver* tersebut tentu akan menjadi sebuah ancaman bagi perusahaan. Bagaimana bisa perusahaan mendapatkan nilai positif dari pelanggan, pelayanan yang dirasakan pelanggan masih jauh dari harapan. Walaupun harga yang terjangkau namun kualitas pelayanan terhadap pelanggan perlu di perhatikan.

Adapun laporan jumlah penumpang Arnes Travel pada tahun 2024 sebagai berikut :



Sumber: Laporan tahunan penumpang Arnes Travel

Gambar 1.1 Grafik data penumpang Arnes Travel periode 2024

Berdasarkan gambar 1.1 terlihat bahwasannya perusahaan mengalami fluktuasi jumlah penumpang pada tahun 2024. Penumpang *Arnes* travel mengalami penurunan terutama penurunan jumlah penumpang pada pertengahan tahun hingga akhir tahun, hanya pada bulan Juli perusahaan mengalami kenaikan jumlah penumpang, kemudian mengalami penurunan yang terus menerus hingga di penghujung tahun. Faktor sikap *driver*/supir yang ugal-ugalan menyebabkan penurunan jumlah penumpang. Tidak hanya faktor harga saja yang membuat

penurunan jumlah penumpang, ada faktor lain yang menjadikan hal serupa yaitu semakin menurunnya juga kualitas pelayanan terhadap penumpang.

Kualitas pelayanan yang semakin menurun juga ditunjukkan oleh banyaknya aduan penumpang yang menyampaikan keluhannya melalui *Google Reviews*. Pengaduan biasanya keluhan karena sering kali terjadi keterlambatan keberangkatan sehingga menghambat waktu para penumpang.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Pada Arnes Travel Di Balubur Town Square Kota Bandung”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, peneliti merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah ada pengaruh harga terhadap kepuasan pengguna pada Arnes Travel di Kota Bandung?
2. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna pada Arnes Travel di Kota Bandung?
3. Seberapa besar harga dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pengguna pada Arnes Travel di Kota Bandung?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pengguna pada Arnes Travel di Kota Bandung
2. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna Arnes Travel di Kota Bandung
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan pengguna Arnes Travel di Kota Bandung

D. Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini, berharap dapat bermanfaat bagi beberapa pihak:

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini semoga dapat berguna untuk menambah wawasan tentang “Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Pada Arnes Travel di Kota Bandung” Serta dapat digunakan sebagai bahan dasar acuan di bidang penelitian sejenis.

2. Kegunaan Praktis

Sebagai bahan evaluasi dan saran bagi pihak perusahaan mengenai “Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Pada Arnes Travel di Kota Bandung” sehingga dapat melengkapi dan menyempurnakan upaya-upaya yang selama ini telah dilakukan.