

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Transportasi merupakan salah satu sarana kebutuhan manusia yang sangat penting. Pada zaman yang sudah modern ini dan dengan meningkatnya kepadatan penduduk perkotaan, transportasi sangat dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan seseorang dalam menjalankan aktifitas atau berpindah tempat dari tempat yang dekat ke tempat yang jauh. Transportasi merupakan urat nadi pembangunan nasional untuk melancarkan arus manusia, barang maupun informasi sebagai penunjang tercapainya pengalokasian sumber-sumber perekonomian secara optimal untuk itu jasa transportasi harus cukup tersedia secara merata dan terjangkau daya beli masyarakat.

Transportasi yang banyak digunakan oleh kebanyakan masyarakat Indonesia salah satunya yaitu transportasi darat. Pertambahan penduduk yang kian meningkat secara terus menerus dan luas kota menyebabkan jumlah lalu lintas juga meningkat. Sedangkan system lalu lintas hampir mendekati jenuh, sehingga bertambahnya jumlah lalu lintas berpengaruh besar terhadap lingkungan. Pada kondisi yang sangat kompetitif ini, dimana tingkat persaingan yang tinggi dan begitu beragam, maka kepuasan pelanggan menjadi salah satu hal yang sangat penting.

Pada sebuah perusahaan, kepuasan pelanggan menjadi sangat penting untuk memicu loyalitas pelanggan agar pelanggan tersebut setia dan puas

dengan produk yang ditawarkan dan meningkatkan keuntungan perusahaan sehingga perusahaan selalu menjaga hubungan baik dengan pelanggan. Perusahaan memiliki program focus pada pelanggan berharap pelanggan akan merasa puas dan loyal terhadap perusahaan.

Kepuasan pelanggan dapat dirasakan setelah pelanggan membandingkan pengalaman mereka dalam melakukan pembelian barang/jasa dari penjual atau penyedia barang/jasa dengan harapan dari pembeli itu sendiri. Harapan tersebut terbentuk melalui pengalaman pertama mereka dalam membeli suatu barang/jasa. Pemasar yang ingin unggul dalam persaingan tentu harus memperhatikan harapan pelanggan serta kepuasan pelanggannya. Dalam industry jasa, kepuasan pelanggan diukur dengan tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan keseluruhan pengalaman dengan perusahaan. Dengan kata lain, kepuasan pelanggan dapat diukur dengan tingkatannya berdasarkan keseluruhan bagaimana yang dirasakan oleh pelanggan selama menggunakan jasa tersebut.

Secara definisi dapat dikatakan bahwa kepuasan pelanggan menurut Basu Swastha (2000) adalah suatu dorongan keinginan individu yang diarahkan pada tujuan untuk memperoleh kepuasan. Dalam hal ini perusahaan perlu mengetahui bahwa suatu keinginan itu harus diciptakan atau didorong sebelum memenuhi motif. Sumber yang mendorong terciptanya suatu keinginan dapat berbeda dari diri orang itu sendiri atau berbeda pula dari lingkungannya. Sedangkan menurut Kotler (2001) bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan

harapannya. Bila kinerja melebihi harapan, pelanggan akan merasa puas dan sebaliknya bila kinerja tidak sesuai dengan harapan maka pelanggan akan kecewa.

Perusahaan perlu membangun strategi pemasaran yang baik dengan tujuan mendapatkan dan mempertahankan pelanggan. Salah satu strategi yang dapat dilakukan adalah strategi diferensiasi atau strategi pembeda. Strategi perbedaan (*Differentiation*) mendorong perusahaan untuk sanggup menemukan keunikan tersendiri dalam pasar yang jadi sasarannya. Keunikan produk (barang atau jasa) yang dikedepankan ini memungkinkan suatu perusahaan untuk menarik minat sebesar-besarnya dari konsumen potensialnya.

Strategi diferensiasi atau strategi pembeda adalah salah satu cara yang dapat diterapkan untuk menarik minat pelanggan terhadap produk yang ditawarkan kepadanya, sehingga perusahaan tidak kalah bersaing dengan perusahaan lainnya. Menurut Kotler (2005) Diferensiasi adalah tindakan merancang serangkaian perbedaan yang berarti untuk membedakan tawaran perusahaan dengan tawaran pesaing.

Diferensiasi yang dapat digunakan yaitu diferensiasi layanan, diferensiasi personal, diferensiasi saluran dan diferensiasi citra. Tujuan dari strategi ini yaitu untuk mengembangkan perbedaan produk perusahaan dengan produk pesaing dalam industry sejenis untuk mempertahankan dan mengembangkan perusahaan.

Kemacetan sudah menjadi hal yang tidak asing lagi mengingat Kota Bandung adalah salah satu kota besar di Indonesia. Pertumbuhan penduduk dan volume kendaraan yang semakin bertambah setiap harinya dan tidak diiringi dengan

perubahan panjang jalan mengakibatkan kemacetan itu sendiri. Berikut adalah tabel beberapa jenis dan jumlah kendaraan yang memadati Kota Bandung :

Tabel 1.1
Potensi Kendaraan Bermotor di Kota Bandung

Jenis Kendaraan	Pribadi	Dinas	Umum	Jumlah
Sedan, Jeep, Station Wag-on	760.889	11.139	42.678	814.706
Bus, Microbus	4.568	832	9.902	15.302
Truck, Pick Up	246.646	3.912	27.728	278.286
Sepeda Motor	6.533.633	46.225	-	6.579.858

Sumber : Statistik Daerah Kota Bandung

Potensi kendaraan bermotor di Kota Bandung mencapai 7.688.152 kendaraan. Jika dirinci menurut jenisnya maka sepeda motor mendominasi lebih dari 85% dari keseluruhan jumlah kendaraan. Jumlah sepeda motor mencapai 6.579.858 unit yang terdiri dari sepeda motor pribadi dan sepeda motor dinas. Penambahan jumlah kendaraan bermotor pribadi di Kota Bandung semakin hari semakin bertambah. Hal ini mengakibatkan kemacetan menjadi hal yang biasa dan busa kita temui di tiap ruas jalan di Kota Bandung (Katalog Statistic Daerah Kota Bandung).

Banyak cara yang dilakukan untuk menghalau kemacetan, salah satunya yaitu dengan membuat beberapa program yang dianggap mampu mengurangi

kemacetan di kota bandung seperti pengadaan bus antar kota dan bus sekolah gratis untuk para pelajar. Dengan membenahan angkutan umum diharapkan masyarakat lebih sadar atas kehadiran program ini dan ikut berpartisipasi dalam mengurangi kemacetan dengan cara mengurangi penggunaann kendaraan pribadi dan lebih sering menggunakan jasa transportasi umum yang sudah tersebar di berbagai daerah di kota bandung. Di kota bandung sendiri terdapat beberapa moda transportasi umum yang dapat digunakan oleh masyarakat, yaitu angkutan darat (termasuk kereta api) dan udara. Ada tiga jenis moda transportasi umum angkutan darat di kota bandung, yaitu :

1. Angkutan Kota (Angkot)

Jenis moda transportasi ini sudah banyak menyebar di Kota Bandung. Seperti kebanyakan angkutan umum lainnya, prosedur menggunakan Angkot sangatlah mudah, tinggal melambaikan tangan, naik, dan sampai ke tempat tujuan.

2. Bus Kota Bandung

Bus dalam kota bandung terdiri dari Trans Metro Bandung (TMB) dan DAMRI. Seluruhnya adaah bus besar yang dilengkapi dengan dasilitas AC dan system pelacak GPS dan dengan tarif yang murah untuk rute jauh-dekat.

3. Kereta KRD Bandung Raya

Kereta Api Dalam Kota Bandung adalah kereta yang melewati stasiun Cicalengka – Haurpugur – Rancaekek – Cimekar - Kiara Condong – Cikudapateuh – Bandung – Ciroyom – Cimindi – Cimahi – Gadobangkong dan Padalarang (PP). (<http://transportasiumum.com>)

Salah satu moda Transportasi yang sudah tidak asing lagi di masyarakat yaitu moda transportasi bus kota (DAMRI). DAMRI adalah salah satu moda transportasi darat milik pemerintah yang cukup dikenal oleh masyarakat karena harganya yang sangat terjangkau dengan trayek yang beragam. DAMRI adalah singkatan dari Djawatan Angkoetan Motor Repoeblik Indonesia yang dibentuk berdasarkan maklumat Kementrian Perhubungan RI No. 01/DAMRI/46 Pada tanggal 25 November 1964 dengan tugas utama menyelenggarakan angkutan penumpang dan barang di atas jalan dengan menggunakan kendaraan bermotor.

Hingga saat ini, DAMRI memiliki jaringan pelayanan yang sudah tersebar hampir di seluruh wilayah Republik Indonesia. Dalam kegiatan usahanya DAMRI menyelenggarakan pelayanan angkutan kota, angkutan antar kota dalam provinsi, angkutan kota antar provinsi, angkutan khusus bandar udara, angkutan pariwisata, angkutan logistic, angkutan keperintisan dan angkutan lintas batas Negara. Sebagai perusahaan umum yang dinaungi oleh pemerintah, bus DAMRI sudah lama melayani kebutuhan masyarakat hingga masyarakat sudah tidak asing lagi dengan transportasi umum milik pemerintah ini.

Dari beberapa alat transportasi yang ada di Kota Bandung, DAMRI memiliki nilai yang lebih unggul dibandingkan dengan alat transportasi lainnya, terbukti dengan program kerjasamanya antara Direktur Utama Perum DAMRI dan CEO PT. Agung Podomoro Land. Tbk tentang tarif bus DAMRI gratis bagi pelajar SD, SMP, dan SMA sederajat setiap hari senin untuk percobaan selama setahun, (www.pikiran-rakyat.com). Tak hanya itu, Perum DAMRI juga menyediakan 45 bus baru untuk menggantikan bus yang lama, bus baru tersebut kini dilengkapi

dengan jaringan WIFI gratis untuk koneksi internet, pendingin AC juga rencananya akan dilengkapi dengan teknologi GPS sehingga akan memudahkan pelanggan dalam memantau atau menjangkau bus DAMRI melalui *smartphone*. Selain itu, calon penumpang tidak lagi harus menunggu bus sampai 30 menit. Bus damri dijadwalkan akan ada saat 5 menit sekali di *shelter* selama masa uji coba. Bus akan berada di *shelter* selama kurang lebih dari 2 menit, (<http://portal.bandung.go.id>).

Berikut adalah tabel dari survei awal yang telah dilakukan secara acak oleh peneliti di wilayah kampus UIN Sunan Gunung Djati Bandung kepada mahasiswa/i dengan 30 responden:



Tabel 1.2
Hasil Survey Awal

No	Pertanyaan	Alternatif Jawaban	
		Tidak Setuju	Setuju
A. Strategi Diferensiasi			
1	Menurut saya karyawan Perum Bus DAMRI bersedia untuk membantu jika pelanggan yang sedang kesulitan	20	10
2	Menurut saya karyawan Perum Bus DAMRI selalu memberikan pelayanan dengan cepat	21	9
3	Menurut saya karyawan Perum Bus DAMRI dapat memahami kebutuhan pelanggannya	19	11
4	Menurut saya karyawan Perum Bus DAMRI memiliki sikap yang ramah dan sopan kepada pelanggannya	21	9
5	Menurut saya karyawan Perum Bus DAMRI dapat memberikan pelayanan secara konsisten dan akurat	19	11
6	Menurut saya karyawan Perum Bus DAMRI dapat menanggapi permintaan dan permasalahan dari para pelanggan	16	14
7	Menurut saya karyawan Perum Bus DAMRI dapat berkomunikasi dengan baik dengan pelanggan	21	9
8	Saya tidak perlu merasa cemas, karena ketersediaan bus DAMRI sudah banyak dan mudah terjangkau	24	6

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban	
		Tidak Setuju	Setuju
9	Saya merasa bangga dan percaya diri saat menggunakan jasa transportasi Perum Bus DAMRI	21	9
B. Kepuasan pelanggan			
10	Saya merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh karyawan Perum Bus DAMRI	10	20
11	Saya merasa puas terhadap fasilitas yang diberikan oleh Bus DAMRI	11	19
12	Saya merasa puas menggunakan jasa transportasi Perum Bus DAMRI	24	6
Jumlah		234	126

Sumber: Diolah dari hasil penelitian awal

Dilihat dari data survey diatas, para pelanggan yang telah menggunakan jasa Perum Bus DAMRI mempunyai pendapat yang beragam tentang jasa yang diberikan, mulai dari merasakan pelayanan yang tidak baik bahkan ada yang merasa tidak puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Perum Bus DAMRI. Oleh karena itu, Perum Bus DAMRI harus berusaha memberikan pelayanan yang nyaman kepada para penumpang saat menggunakan transportasi Bus DAMRI. Karena fasilitas dan pelayanan yang baik akan menciptakan citra yang baik pula di mata pelanggan, serta akan mengundang adanya suatu kepuasan dalam diri pelanggan sehingga pelanggan tersebut merasa senang dan puas. Kunci untuk menghasilkan kesetiaan pelanggan adalah dengan memberikan nilai pelanggan yang tinggi.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“PENGARUH STRATEGI DIFERENSIASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PENGGUNA PERUM DAMRI KOTA BANDUNG (Studi Terhadap Mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung Pengguna Trayek Cibiru-Kebon Kalapa Kota Bandung)”**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas dapat diketahui dari jumlah poin yang didapatkan bahwa ada beberapa kosnumen yang merasa tidak setuju atau kurang puas dengan apa yang peneliti utarakan atas pelayanan, sikap karyawan, saluran dan citra perusahaan yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Padahal pelayanan dan sikap para karyawan merupakan jasa yang berkaitan dan bisa dirasakan langsung oleh pelanggan, sehingga pihak perusahaan dalam memberikan pelayanan harus berusaha memahami serta memenuhi kebutuhan pelanggan agar berakhir dengan persepsi yang bagus pada pelanggan.

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti dapat menemukan beberapa masalah yang dapat diidentifikasi, yaitu sebagai berikut :

1. Kemacetan di kota bandung disebabkan salah satunya oleh pertumbuhan transportasi milik pribadi semakin meningkat akibat kurangnya kepercayaan terhadap transportasi umum.

2. Menurunnya minat masyarakat terhadap transportasi umum karena merasa tidak puas dengan pelayanan dan fasilitas yang telah disediakan oleh bus DAMRI jauh dari harapan pelanggan.
3. Ketidakpuasan pelanggan terhadap jasa bus DAMRI akan mengakibatkan pengurangan penumpang dan akan merugikan kepada perusahaan itu sendiri.

C. Rumusan Masalah

Dari penjelasan diatas maka penulis dapat mengemukakan masalah yang terjadi dalam pernyataan di bawah ini:

1. Apakah ada pengaruh diferensiasi Pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna Bus DAMRI Kota Bandung?
2. Apakah ada pengaruh diferensiasi personal terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna Bus DAMRI Kota Bandung?
3. Apakah ada pengaruh diferensiasi Saluran terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna Bus DAMRI Kota Bandung?
4. Apakah ada pengaruh diferensiasi Citra terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna Bus DAMRI Kota Bandung?
5. Apakah ada pengaruh strategi diferensiasi secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna Bus DAMRI Kota Bandung?

D. Tujuan Penelitian

Diharapkan penelitian ini memberikan referensi dan bukti empiris mengenai pengaruh strategi diferensiasi terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna Bus DAMRI Kota Bandung. Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh diferensiasi Pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna Bus DAMRI Kota Bandung?
2. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh diferensiasi personal terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna Bus DAMRI Kota Bandung?
3. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh diferensiasi Saluran terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna Bus DAMRI Kota Bandung?
4. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh diferensiasi Citra terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna Bus DAMRI Kota Bandung?
5. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh strategi diferensiasi secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna Bus DAMRI Kota Bandung?



E. Kegunaan Penelitian

1. Bagi Peneliti

Penelitian dimaksudkan untuk mengembangkan wawasan keilmuan dan sebagai sarana penerapan ilmu pengetahuan yang selama ini penulis peroleh dari bangku kuliah.

2. Bagi Perusahaan

Dari hasil penelitian ini diharapkan busa menjadi sumber masukan bagi perusahaan untuk dapat mengetahui pengaruh strategi diferensiasi yang diterapkan oleh Perum Bus DAMRI terhadap kepuasan pelanggan sehingga perusahaan dapat menentukan strategi yang tepat dimasa mendatang.

3. Bagi Pihak Lain

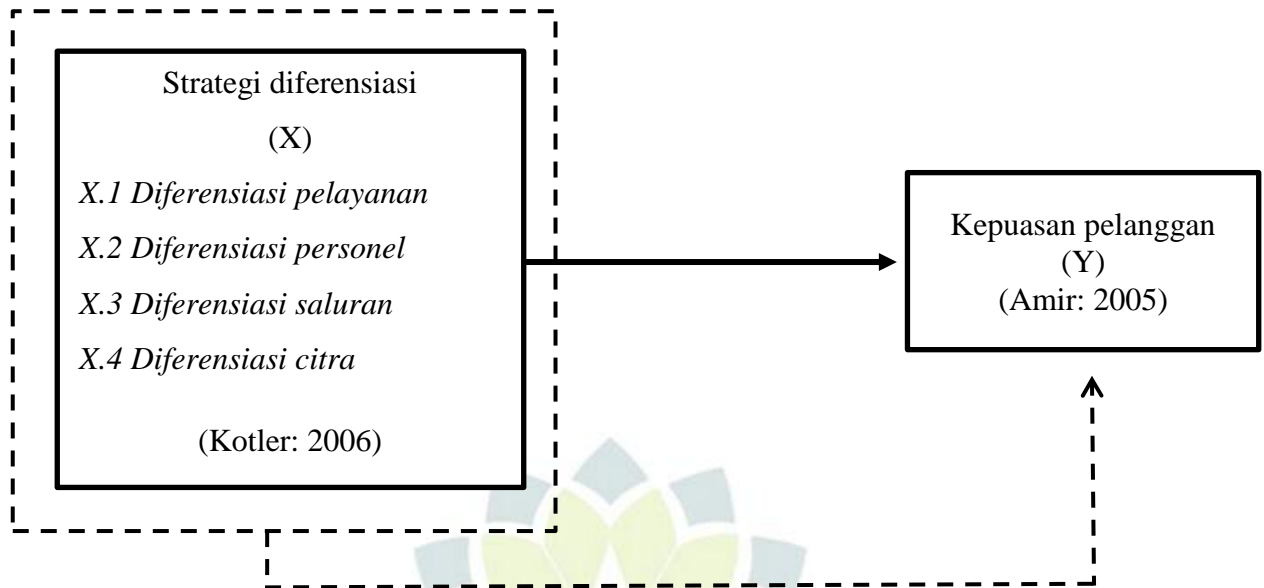
Sebagai bahan referensi bagi peneliti lain yang tertarik mengangkat permasalahan serupa.

F. Kerangka Pemikiran

Peranan jasa dalam era sekarang ini sangat penting. Sejauh ini banyak pakar pemasaran jasa yang telah berusaha mendefinisikan pengertian jasa. Diantaranya seperti kotler mendefinisikan jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat di tawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak terwujud dan tidak mengakibatkan perpindahan kepemilikan apapun. (Kotler 2004).

Menurut Jatmiko (2003) strategi diferensiasi merupakan serangkaian tindakan integratif yang dirancang untuk memproduksi dan menawarkan barang atau jasa yang dianggap oleh pelanggan berbeda dalam hal-hal yang penting dan unik bagi pelanggan.

Dari penjelasan teori di atas, dapat dibuat kerangka pemikiran yang menghubungkan antara strategi diferensiasi terhadap kepuasan pelanggan, yang dapat dilihat pada gambar berikut ini :



Sumber : Diolah oleh peneliti

Gambar 1.1

Skema Kerangka Pemikiran

Penelitian Terdahulu UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

Ada beberapa penelitian terdahulu mengenai strategi diferensiasi terhadap kepuasan pelanggan, yaitu bias dilihat dalam tabel dibawah ini :

Tabel 1.4

Rangkuman penelitian terdahulu

No	Peneliti	Tahun	Judul Penelitian	Analisis Perbandingan		Hasil Penelitian
				Perbedaan	Persamaan	
1	Riama Desy Hotmauli dan Meyzi Heriyanto	2015	Pengaruh Strategi Diferensiasi Terhadap Kepuasan pelanggan di PT Pos Indonesia Pekanbaru	Diferensiasi produk	Strategi diferensiasi, kepuasan pelanggan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi diferensiasi berpengaruh positif secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
2.	Yessi Arisanti	2013	Analisis Strategi Diferensiasi Terhadap Keunggulan Bersaing	Keunggulan bersaing	Strategi Diferensiasi	Hasil penelitian menunjukkan bahwa diferensiasi memberikan pengaruh signifikan yang positif terhadap keunggulan bersaing

No	Peneliti	Tahun	Judul Penelitian	Analisis Perbandingan		Hasil Penelitian
				Perbedaan	Persamaan	
3	Puji Isyanto, SE., MM, Budi Ri, SE., MM dan Doni A Febrianto, SE	2013	Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Restoran Pecel Lele Lela Cabang Karawang	Diferensiasi Pelayanan, diferensiasi personel, diferensiasi saluran dan diferensiasi citra	Kepuasan pelanggan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelanggan setuju bahwa diferensiasi produk pada restoran pecel lele Lela cabang Karawang sudah baik dan pelanggan merasa puas terhadap produk yang ada di Restoran Pecel Lele Lela Cabang Karawang.

G. HIPOTESIS

Hipotesis dikatakan sebagai jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Menurut Sugiyono (2010) hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Jadi, hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empiris. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini yaitu:

Hipotesis 1

Ho = Tidak terdapat pengaruh dari diferensiasi pelayanan terhadap terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna Bus DAMRI Kota Bandung

Ha = Terdapat pengaruh dari diferensiasi pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna Bus DAMRI Kota Bandung

Hipotesis 2

Ho = Tidak terdapat pengaruh dari diferensiasi personel terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna Bus DAMRI Kota Bandung.

Ha = Terdapat pengaruh dari diferensiasi personel terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna Bus DAMRI Kota Bandung

Hipotesis 3

Ho = Tidak terdapat pengaruh dari diferensiasi saluran terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna Bus DAMRI Kota Bandung

Ha = Terdapat pengaruh dari diferensiasi saluran terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna Bus DAMRI Kota Bandung

Hipotesis 4

Ho = Tidak terdapat pengaruh dari diferensiasi citra terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna Bus DAMRI Kota Bandung

Ha = Terdapat pengaruh dari diferensiasi citra terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna Bus DAMRI Kota Bandung

Hipotesis 5

Ho = Tidak terdapat pengaruh dari Strategi diferensiasi secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna Bus DAMRI Kota Bandung

Ha = Terdapat pengaruh dari strategi diferensiasi secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna Bus DAMRI Kota

Bandung