

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG MASALAH

Kegiatan utama dari suatu perusahaan adalah menghasilkan barang atau jasa yang dapat memuaskan pelanggan atau konsumen. Dengan demikian perusahaan tersebut akan memperoleh keuntungan dan juga dapat mencapai tujuan-tujuan lain yang telah ditetapkan. Agar perusahaan mampu menghasilkan barang atau jasa yang dapat memuaskan konsumennya, maka pihak perusahaan terlebih dahulu harus memahami siapa konsumennya, bagaimana proses pembeliannya, kapan mereka membeli, dimana melakukannya, alasannya apa yang mendasarinya dan informasi-informasi mengenai konsumen lainnya.

Seperti perusahaan-perusahaan lainnya, perusahaan jasa transportasi pun juga membutuhkan berbagai informasi yang berkaitan dengan konsumen yang dihadapinya. Berbagai informasi ini diperlukan agar mereka dapat menentukan, menyediakan dan memberikan pelayanan yang memuaskan. Tanggapan konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan yang berakhir pada rasa puas dapat dijadikan dasar bagi perusahaan untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggannya telah sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka.

Bagi setiap perusahaan transportasi perlu berupaya memberikan yang terbaik kepada konsumennya. Untuk itu dibutuhkan identifikasi determinan utama kualitas jasa dari sudut pandang konsumen. Oleh karena itu perlu dilakukan riset

untuk mengidentifikasi determinan jasa yang paling penting bagi pasar sasaran dan memperkirakan penilaian yang diberikan pasar sasaran terhadap perusahaan dan pesaing berdasarkan determinan-determinan tersebut. Dengan menganalisa tanggapan konsumen terhadap variabel-variabel tersebut maka perusahaan jasa travel dapat menilai variabel mana yang sesuai dengan harapan konsumen. Sehingga dengan demikian dapat diketahui posisi relatif perusahaan dimata konsumen. Selanjutnya perusahaan dapat memfokuskan upaya peningkatan kualitasnya pada determinan-determinan tersebut sepanjang waktu karena sangat mungkin prioritas pasar mengalami perubahan.

P.O. RAHARJA merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang penyedia jasa transportasi. Pada garis besarnya, perusahaan harus berusaha untuk mengetahui apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen, termasuk memahami perilaku konsumen dan hal-hal yang dapat memberi kepuasan konsumen. Menyadari hal tersebut diatas, tampak betapa pentingnya usaha pemahaman akan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen untuk mencapai keberhasilan pemasaran.

Dewasa ini persaingan di bidang jasa transportasi semakin ketat terbukti dengan makin banyaknya jasa-jasa transportasi baru yang bermunculan, hal ini merupakan tantangan bagi perusahaan. Jasa transportasi lama yang lebih dulu hadir, tak terkecuali pada P.O. RAHARJA sebagai salah satu perusahaan jasa transportasi, berusaha untuk tetap eksis dalam persaingan yang dihadapi dengan cara selalu berusaha memperhatikan kualitas jasa yang disajikannya sehingga konsumen dapat terpuaskan.

P.O. RAHARJA yang merupakan salah satu jasa transportasi di Yogyakarta yang merupakan perusahaan yang besar tetapi belum pernah mengadakan penelitian mengenai kepuasan konsumen terhadap jasa transportasi mereka. Padahal kebutuhan untuk sangat penting mendesak mengingat sekarang banyak pesaing yang siap merebut konsumen jasa transportasi. Karena itulah penulis mengambil jasa transportasi P.O. RAHARJA Yogyakarta sebagai obyek penelitian.

Berdasarkan uraian di atas mengenai pentingnya kualitas pelayanan jasa terhadap pencapaian kepuasan, maka penulis mengambil judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN “** (Survei pada perusahaan jasa transportasi P.O. RAHARJA).

1.2 RUMUSAN MASALAH

Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan yang disediakan oleh perusahaan jasa transportasi P.O. RAHARJA terhadap pencapaian kepuasan konsumen.

1.3 TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan oleh perusahaan jasa transportasi P.O. RAHARJA terhadap pencapaian kepuasan konsumen.
2. Untuk mengetahui variabel manakah antara kualitas pelayanan yang paling berpengaruh dalam pencapaian kepuasan konsumen.

1.4 MANFAAT PENELITIAN

1. Bagi Peneliti

Menambah pengetahuan dan wawasan serta membandingkan antara teori-teori yang diperoleh dengan penerapannya secara langsung di dunia kerja yang sebenarnya.

2. Bagi Perusahaan

Sebagai masukan bagi perusahaan dalam mempertimbangkan dan mengambil keputusan yang berkaitan dengan peningkatan kualitas pelayanan oleh perusahaan demi tercapainya kepuasan konsumen yang merupakan tujuan dari perusahaan.

