

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perusahaan jasa merupakan peranan penting dalam perekonomian dunia. Di era globalisasi seperti saat ini banyak sekali perusahaan jasa yang bermunculan dengan berbagai keunikan yang berbeda sehingga perusahaan jasa tersebut berlomba–lomba memberikan kualitas jasa yang terbaik kepada konsumen untuk mendapatkan loyalitas dari pelanggan. Perusahaan jasa juga memainkan peranan penting dalam perekonomian di Indonesia juga merupakan salah satu sumber lapangan kerja.

Perusahaan jasa mengalami perkembangan pesat yang didorong oleh beberapa faktor salah satunya adalah adanya peningkatan kompleksitas kehidupan sehingga banyak masyarakat yang membutuhkan jasa transportasi sebagai sarana mobilisasi. Produk–produk yang dibutuhkan dan dihasilkan juga semakin kompleks sehingga jasa konsultasi dan jasa reparasi juga semakin dibutuhkan. Itulah faktor yang membuat berkembang pesatnya perusahaan jasa di Indonesia.

Banyaknya perusahaan jasa bermunculan membuat masyarakat menilai akan kualitas jasa yang akan dihasilkan oleh perusahaan. Konsumen akan memilih perusahaan yang dapat memberikan kepuasan sesuai dengan keinginan sehingga terciptanya suatu loyalitas pelanggan. Keinginan dan kepuasan konsumen sangat *relative* begitu pula dengan banyaknya

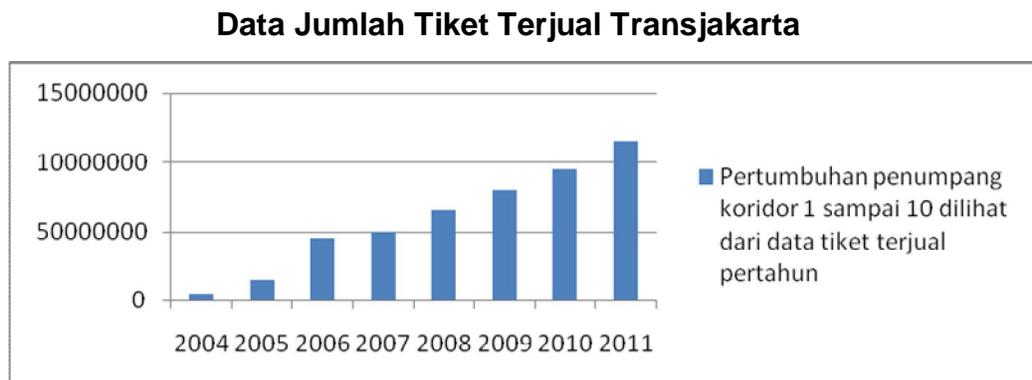
perusahaan jasa yang bermunculan dengan karakteristik perusahaan yang berbeda.

Perusahaan jasa akan memberikan kualitas jasa yang terbaik kepada konsumen agar konsumen merasa puas terhadap pelayanan jasa yang telah diberikan oleh perusahaan dan memiliki loyalitas terhadap jasa yang diberikan oleh perusahaan tersebut. Dengan merasa puas konsumen akan terus menggunakan jasa tersebut. Dengan berjalannya konsumen yang merasa puas dan terus menggunakan jasa perusahaan tersebut dengan kebutuhan dan keinginan konsumen maka konsumen akan merekomendasikan jasa tersebut kepada kerabatnya yang lain atau dengan kata lain tercipta suatu loyalitas pelanggan, inilah yang akan diinginkan oleh perusahaan demi berlangsungnya aktifitas perusahaan.

Di perusahaan jasa dalam hal ini jasa transportasi umum sangat dibutuhkan konsumen dan Transjakarta merupakan lembaga yang dibentuk oleh pemerintah Provinsi DKI Jakarta untuk mengelola layanan angkutan umum massal dengan menggunakan bus. Transjakarta Busway yang memiliki jalur dan halte yang khusus, sistem waktu yang terjadwal, sistem tiket elektronik, tarif yang terjangkau, dan kapasitas angkut yang lebih besar, diharapkan dapat menjadi alternatif bagi masyarakat dalam menggunakan angkutan umum serta memberikan kemudahan untuk menjangkau seluruh wilayah Jakarta. Saat ini sudah ada 11 (sebelas) koridor yang beroperasi melayani kebutuhan perjalanan masyarakat di Jakarta dan perluasan rute

akan dilakukan sehingga masyarakat dapat menggunakan angkutan umum massal yang nyaman dibandingkan dengan angkutan lainnya.¹

Sejak sarana transportasi ini mulai beroperasi pada tahun 2004, Transjakarta Busway telah menjadi bagian reformasi angkutan umum kota Provinsi DKI Jakarta. Dari tahun awal beroperasi sampai dengan akhir tahun 2011 jumlah rata-rata penumpang Transjakarta terus meningkat. Hal itu dapat dilihat dari diagram batang dibawah ini.



Gambar 1.1

Sumber: Buku Profil Transjakarta 2012 yang diolah kembali oleh penulis

Peningkatan jumlah tiket yang terjual setiap tahunnya membuktikan bahwa semakin banyak masyarakat DKI Jakarta yang menggunakan sarana transportasi ini. Atas dasar masalah tersebut Penulis membuat judul Karya Ilmiah ini adalah “ **Analisa Loyalitas Pelanggan pada Sarana Transportasi Umum Transjakarta Busway**”

¹ BLU Transjakarta Busway, Buku Profil Transjakarta 2012 (Jakarta: BLU Transjakarta Busway,2012), p.6

B. Perumusan Masalah

Masalah penulisan Karya Ilmiah ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah sarana Transjakarta memiliki nilai loyalitas pelanggan yang cukup baik?
2. Mengapa analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*) dalam mengevaluasi loyalitas pelanggan pada Transjakarta?

Karena adanya keterbatasan dalam pembahasan masalah, maka penulis membatasi ruang lingkup pembahasan Loyalitas Pelanggan sarana Transjakarta dari analisis SWOT yaitu *Strength, weakness, opportunity, dan threat*.

C. Tujuan dan Manfaat penulisan

1. Tujuan penulisan

Tujuan dari penulisan Karya Ilmiah Ini adalah :

- a. Untuk mendeskripsikan tentang loyalitas pelanggan pada sarana transportasi Transjakarta Busway.
- b. Untuk menjelaskan tentang SWOT yaitu *Strength, weakness, opportunity, dan threat* yang terkait dalam loyalitas pelanggan pada sarana transportasi Transjakarta Busway.

2. Manfaat Penulisan

- a. Bagi Penulis

Sebagai sarana untuk melatih keterampilan mahasiswa sesuai dengan pengetahuan yang diperoleh selama mengikuti perkuliahan

khususnya dalam pelayanan jasa. Selain itu, menambah wawasan tentang permasalahan yang telah dipilih untuk dilakukan penelitian serta mengembangkan ilmu yang diperoleh di bangku kuliah dan mencoba menemukan data-data yang memberikan wawasan kepada penulis.

b. Bagi Unit Pengelola Transjakarta Busway

Sebagai bahan masukan untuk meningkatkan pengelolaan pelayanan jasa serta sebagai pertimbangan perusahaan dalam meningkatkan kualitas jasa untuk yang akan datang. Serta membantu dalam kegiatan perusahaan.

c. Bagi Fakultas Ekonomi UNJ

Sebagai penyempurnaan kurikulum yang sesuai dengan perkembangan lulusan perguruan tinggi. Dengan demikian Fakultas Ekonomi UNJ dapat mewujudkan konsep *link and match* dalam meningkatkan kualitas layanan pada *stakeholders* dan sebagai tambahan referensi di perpustakaan untuk manajemen pemasaran serta sebagai acuan dalam mengetahui kemampuan mahasiswa dalam menerapkan pengetahuan yang didapatkan selama perkuliahan.