

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Dalam era globalisasi saat ini, perkembangan dunia bisnis sangat meningkat, tidak hanya persaingan di perusahaan manufaktur tetapi juga di bidang jasa. Bermunculan perusahaan-perusahaan baru di bidang jasa, setiap perusahaan saling bersaing untuk tetap mempertahankan posisinya di mata konsumen dimana para pesaing sejenisnya sehingga tetap bertahan dan terus maju.

Salah satu bidang yang terus maju adalah transportasi. Transportasi adalah salah satu sarana yang tidak bisa dipisahkan dari kehidupan manusia. Hal ini dikarenakan sarana transportasi sudah menjadi salah satu pendorong adanya laju pertumbuhan ekonomi. Dengan adanya perkembangan jaman dan peningkatan mobilitas kehidupan masyarakat membuat kebutuhan akan sarana transportasi menjadi semakin tinggi.

Sejak selesainya proyek pembangunan jalan bebas hambatan (jalan tol) Purwakarta-Bandung-Cileunyi atau biasa dipanggil Purbaleunyi sejak april 2005 yang telah menghubungkan Bandung-Jakarta, maka waktu tempuh antara kedua kota pun menjadi lebih singkat hanya sekitar 2 jam tanpa macet untuk kendaraan roda empat. Semenjak diperpendeknya jarak antara kedua kota ini, aktivitas kendaraan semakin tinggi. Ini terbukti dari banyaknya penggunaan jalan tol Purbaleunyi.

Tabel 1.1
Volume Kendaraan Jalan Tol Purbaleunyi Periode 2007-2010

Tahun	2007	2008	2009	2010
Volume	52,135,719	54,659,550	63,547,020	65,259,991

Sumber : Jasamarga, Bandung Jabar

Pada tabel 1.1 dijelaskan bahwa dari tahun ketahun tingkat pengguna jalan tol Purbaleunyi mengalami peningkatan. Periode tahun 2007 sampai tahun 2010 volume kendaraan mengalami penambahan sebanyak 13,124,272 kendaraan .

Jarak dan waktu tempuh Bandung-Jakarta yang diperlukan semakin pendek, jalur ini menjadi salah satu pilihan bagi orang-orang yang ingin bepergian Bandung-Jakarta maupun sebaliknya dengan berbagai kepentingan. Terutama bagi kepentingan pekerjaan, baik warga Jakarta yang bekerja di Bandung maupun sebaliknya ataupun bagi mereka yang hanya sekedar ingin berwisata. Jakarta-Bandung menjadi dua kota yang saling berkolaborasi yang dapat memenuhi kebutuhan warganya. Banyak orang Jakarta yang menjadikan kota Bandung sebagai bagian dari akhir pekan.

Bandung mempunyai daya tarik sendiri dalam bidang wisata alam, belanja, dan kuliner. Bandung juga merupakan salah satu kota pelajar di Indonesia. Bandung disebut kota pelajar karena terdapat beberapa Universitas terkemuka di Indonesia yang terdapat di Bandung baik negeri maupun swasta. Banyak mahasiswa yang berasal dari luar kota Bandung yang menempuh pendidikan di kota Bandung. Disamping itu juga, Bandar udara Internasional Husein Sastranegara tidak melayani banyak penerbangan (sumber dari <http://www.bandung.go.id>). Masih banyak masyarakat yang masih menggunakan

Bandar Udara Soekarno-Hatta dan melanjutkan memilih melanjutkan perjalanan darat.

Hal tersebut yang dimanfaatkan oleh sejumlah perusahaan yang bergerak dibidang travel atau *shuttle*, yang menawarkan jasa transportasi, karena banyaknya permintaan dari masyarakat untuk mempermudah akses Jakarta-Bandung ataupun sebaliknya. Meskipun telah memiliki keunggulan dibandingkan jenis transportasi lain yang menghubungkan kota Jakarta-Bandung, namun dalam pelaksanaan bisnisnya, setiap perusahaan travel masih harus berlomba-lomba memenangkan hati para konsumennya.

Dewasa ini, ada beberapa perusahaan yang menawarkan jasa transportasi berupa travel atau shuttle antara Jakarta-Bandung ataupun sebaliknya. Perusahaan – perusahaan tersebut berlomba-lomba menawarkan berbagai fasilitas dan keunggulan masing-masing untuk dapat menarik pelanggan. Ada beberapa travel yang banyak di pilih oleh pelanggan, yaitu Citi Trans, Xtrans, Cipaganti, Primajastour, Baraya, Daytrans. Perusahaan-perusahaan tersebut bersaing ketat untuk mendapatkan pelanggan dan mempertahankan pelanggannya agar menjadi loyal.

Tabel 1.2

Profil Beberapa Travel di Indonesia

Travel	Keterangan						
	Tahun Berdiri	Jumlah Pool di Jakarta	Jumlah Pool di Bandung	Jumlah Armada	Harga	Jumlah Penumpang / Hari	Jumlah Karyawan
1. Citi Trans	2000	6	3	100 unit	Rp70,000	±1000 orang	±130 orang
2. Xtrans	2005	16	7	120 unit	Rp70,000	±1300 orang	±600 orang
3. Cipaganti	2002	25	15	300 unit	Rp70,000	±3900 orang	±2000 orang
4. Primajasatour	2007	7	2	86 unit	Rp60,000	±840 orang	±36 orang
5. Baraya	2005	9	4	50 unit	Rp60,000	±780 orang	±74 orang
6. Day Trans	2006	8	3	52 unit	Rp70,000	±1058 orang	±67 orang

Sumber : Citi Trans, Xtrans, Cipaganti, Primajasatour, Baraya, Day Trans.

Dari tabel 1.2 dapat dilihat bahwa Citi Trans tergolong lama berdiri, namun para pesaing sudah jauh berkembang di bandingkan dengan Citi Trans. Dalam jumlah unit armada yang dimiliki Citi Trans bersaing ketat dengan Xtrans, karena perusahaan pesaing lain jauh di atas dan di bawah oleh Citi Trans. Untuk seukuran travel yang sudah lama berdiri, seharusnya Citi Trans mempunyai banyak pengguna dari masyarakat. Untuk rata-rata harga yang ditawarkan oleh travel adalah Rp.60.000 sampai Rp.70.000 (diluar promo yang ditawarkan).

Menyadari besarnya tantangan dalam bisnis jasa travel ini, Citi Trans salah satu pelaku bisnis dalam bidang travel di Bandung selalu berusaha untuk

memberikan pelayanan yang terbaik, namun kadang mempunyai banyak kendala dalam persaingan.

Tabel 1.3

Data Pengguna Jasa Travel Citi Trans Periode 2009-2010 di Bandung

Tahun	Jumlah Pengguna Cititrans
Januari 2009 - Juni 2009	25,000 – 28,000 orang
Juli 2009 - Desember 2009	30,000 – 35,000 orang
Januari 2010 - Juni 2010	35,000 – 32,000 orang
Juli 2010 - Desember 2010	32,000 – 30,500 orang

Sumber : Citi Trans

Terlihat pada tabel 1.3, bahwa penggunaan akan jasa travel Citi Trans menurun. Pada periode semester pertama tahun 2009 mengalami peningkatan sampai akhir periode semester 2 tahun 2009. Namun pada awal semester tahun 2010 mengguna Citi Trans sudah mengalami penurunan sebanyak 4,500 orang selama dari tahun 2009.

Untuk bertahan pada kondisi persaingan yang ketat, sebaiknya Citi Trans harus lebih dalam memberikan nilai kualitas jasa pelayanan agar perusahaan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan seluruh pelanggan yang ada, yang tentunya beragam, sehingga pelanggan merasa lebih puas. Oleh karena itu, suatu perusahaan harus memperhatikan baik buruknya kualitas pelayanan. Hal inilah yang menyebabkan adanya tantangan yang besar dalam bidang usaha travel ini.

Dari prapenelitian yang dilakukan oleh peneliti kepada sepuluh konsumen, diperoleh data yang disajikan pada tabel 1.4 berikut ini :

Tabel 1.4
Data Penilaian Pelayanan Citi Trans

Proses pelayanan	Penilaian Konsumen					Jumlah Penilaian	Rata-Rata Penilaian
	5	4	3	2	1		
Ketepatan Waktu	5	5	0	0	0	45	4.5
Keramahan	0	1	8	1	0	30	3
Sistem Pemesanan Tiket	0	0	4	6	0	24	2.4
Sistem Pembayaran	0	4	6	0	0	34	3.4
Kenyamanan	0	5	5	0	0	35	3.5

Sumber : konsumen Cititrans Dipatiukur, Bandung 2011

Data pada tabel 1.4 diperoleh dari sepuluh orang sampel yang diambil dari konsumen Citi Trans *pool* Jl. Dipatiukur no 53 Bandung, pada tanggal 27 april 2011. Skala tertinggi didapat dengan nilai 5, dan skala terendah didapat dengan nilai 0. Nilai tertinggi diperoleh dari pelayanan ketepatan waktu, dan selanjutnya adalah kenyamanan. Nilai terendah diperoleh dalam hal pelayanan sistem pemesanan tiket. Bahkan salah satu pengguna jasa cititrans menambahkan, bahwa pengguna tersebut sering mengalami kesalahan dalam pemesanan tiket. Dari sepuluh sampel, hanya 4 konsumen yang memberikan nilai 3 yang berarti cukup, dan 6 yang memberikan nilai 2 yang berarti tidak baik. Dari salah satu sumber mengatakan kurangnya *call center* yang bisa dihubungi sehingga menyebabkan

banyaknya konsumen yang tidak dapat dilayani dalam pemesanan tiket. Selain secara online, pemesanan juga dilakukan *pool* cititrans, namun hal ini kurang efisien bagi para konsumen.

Kendala di perusahaan Citi Trans adalah masih Belum terpenuhinya seluruh keinginan pelanggan setianya. Hal ini terlihat dari masih terjadi penolakan permintaan pelanggan dengan alasan penuhnya pelanggan dengan tidak mencukupinya armada. Untuk saat ini perusahaan masih melakukan usaha-usaha guna memecahkan kendala tersebut, seperti untuk akhir pekan Citi Trans menyediakan jasa “night rider” yaitu melayani jasa transportasi sampai pukul 23.00 WIB. Hal ini tetap membutuhkan concern khusus sehingga kepuasan pelanggan tetap menjadi prioritas perusahaan.

Tidak baiknya kualitas pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan jasa terutama di bidang travel sudah sejak lama disadari mengakibatkan banyak kerugian bagi perusahaan. Kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap perilaku konsumen setelah menggunakan jasa perusahaan. Para konsumen tidak akan lagi menggunakan jasa perusahaan yang memberikan kualitas pelayanan yang buruk.

Salah satu cara untuk dapat mempertahankan dan mengembangkan kualitas pelayanan yang diberikan oleh travel Citi Trans adalah dengan melakukan evaluasi (penilaian) terhadap kepuasan pelanggan dengan menggunakan metode *Quality Fuction Deployment* (QFD) yang melibatkan para pelanggan sebagai

subyeknya. Metode ini menghubungkan antara kebutuhan dan keinginan konsumen dengan karakteristik-karakteristik yang disediakan oleh perusahaan.

Metode *Quality Function Deployment* (QFD) merupakan salah satu metode yang bertujuan untuk merencanakan dan mengembangkan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Menurut Jay Heizer dan Barry Render (2006:214) bahwa QFD atau *Quality Fuction Deployment* adalah suatu proses menetapkan keinginan pelanggan (apa yang diinginkan pelanggan) dan menerjemahkannya menjadi atribut (bagaimana) agar tiap area fungsional dapat memahami dan melaksanakannya. Melalui QFD, diharapkan Citi Trans mengetahui apa yang menjadi keinginan dari konsumen.

Berangkat dari fenomena ini, maka penulis melakukan penelitian lebih lanjut mengenai peranan *Quality Function Deployment* (QFD) dalam meningkatkan kualitas pelayanan. Oleh karena itu judul yang diambil oleh penulis dalam melakukan penelitian ini adalah : **“Penerapan Metode *Quality Function Deployment* (QFD) Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Jasa Travel Citi Trans.”**

1.2 Identifikasi Masalah dan Perumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Transportasi saat ini telah menunjukkan perkembangan yang sangat signifikan dalam membantu masyarakat khususnya masyarakat kota Bandung. Disamping dibangunnya tol Purbaleunyi yang mempersingkat jarak tempuk dari Bandung-Jakarta ataupun sebaliknya, maka banyak muncul pesaing di bidang jasa travel. Pada kenyataannya terjadi persaingan yang sangat ketat. Semua travel berlomba untuk mendapatkan pelanggan.

Seiingin dengan makin ketatnya persaingan itu, kadang hal yang tidak diperhatikan oleh perusahaan jasa tersebut, yaitu hal pelayanan jasa. Tingginya daya saing pada perusahaan jasa travel, harusnya mendorong perusahaan juga meningkatkan kemampuan kualitas dalam hal pelayanan. Semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan, semakin banyak konsumen yang akan melakukan penggunaan jasa pada suatu perusahaan.

Pada kasus Citi Trans, terjadinya penurunan penggunaan jasa travel di Bandung sebanyak 4.500 konsumen dari periode januari 2010 sampai desember 2010 (diperoleh dari data pada tabel 1.3). Penurunan ini diduga akibat tidak baiknya rendahnya kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan pada konsumen, sehingga banyak konsumen tidak puas mencari perusahaan lain untuk mendapatkan pelayanan yang lebih baik. Berdasarkan uraian tersebut, maka penelitian difokuskan kepada kualitas pelayanan jasa Citi Trans trayek Bandung-Jakarta. Persaingan yang semakin tinggi dalam industri jasa transportasi darat menuntut Citi Trans untuk selalu memberikan kualitas pelayanan terbaiknya

Esterina Carnace, 2012

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

secara konsisten dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Jika perusahaan sedikit saja menurunkan kualitas pelayanan jasa, maka bukan merupakan hal yang mustahil jika pelanggan tersebut akan berpindah ke perusahaan lain yang dianggapnya dapat memberikan pelayanan jasa yang lebih baik, karena dapat dikatakan bahwa telah terbentuk suatu persepsi di dalam benak masyarakat bahwa harga yang dibayar harus sesuai dengan manfaat yang mereka terima sehingga nilai yang dirasakan pelanggan dari jasa perusahaan dapat meningkat.

Citi Trans harus perlu menerapkan strategi yang tepat agar kebutuhan dan keinginan pelanggan dapat terpenuhi. Dengan uraian diatas maka penulisan akan melihat tingkat kualitas pelayanan jasa travel Citi Trans melalui metode *Quality Function Deployment (QFD)*.

1.2.2 Perumusan Masalah

Secara spesifik, identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apa sebenarnya yang diinginkan dan dibutuhkan oleh konsumen akan kualitas pelayanan?
2. Bagaimana kualitas pelayanan jasa Travel Citi Trans *pool* Dipatiukur ?

1.3 Tujuan dan kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah menemukan strategi untuk mengembangkan pelayanan yang diberikan kepada kepada konsumen.

Secara spesifik, tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui apa yang sebenarnya yang diinginkan oleh konsumen.
2. Untuk mengetahui tingkat kualitas pelayanan yang di berikan travel Citi Trans *pool* Dipatiukur.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian dapat dikategorikan menjadi dua yaitu, kegunaan teoritis (keilmuan) dan kegunaan praktis.

1. Kegunaan Teoritis

Secara teoritis penelitian ini memiliki manfaat sebagai penambahan perluasan wawasan ilmu pengetahuan pembaca tentang saran transfortasi terutama dibidang shuffle sampai saat ini, serta memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu manajemen, khususnya mengenai *Quality Fucntion Deployment* (QFD) untuk menjalankan pelayanan dalam sektor bidang Jasa.

2. Kegunaan Praktis

Secara Praktis kegunaan dari penelitian ini adalah memberikan informasi atau gambaran tentang penerapan *Quality Fucntion Deployment* (QFD) untuk meningkatkan kualitas pelayanan pada travel Cititrans.

Esterina Carnace, 2012

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu