

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Saat ini perkembangan sarana transportasi khususnya transportasi darat mengalami suatu peningkatan yang sangat pesat, baik dari segi kualitas maupun dari segi kuantitas. Pada segi kualitas dapat dilihat dari semakin membaiknya pelayanan, kesesuaian tarif dan fasilitas yang diberikan kepada konsumen. Dari segi kuantitas misalnya semakin bertambahnya armada kendaraan yang tersedia bagi konsumen sehingga akan sebanding dengan banyaknya konsumen yang akan menggunakan jasa transportasi tersebut. Itu berarti produsen jasa transportasi harus peka terhadap realita yang ada mengenai kebutuhan akan transportasi yang diinginkan oleh konsumen.

Setiap perusahaan besar atau pemula dituntut untuk mengenali pasar atau konsumennya sebaik mungkin agar dapat sukses bersaing dalam bisnis transportasi. Persaingan semakin ketat dimana semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen menyebabkan setiap perusahaan harus menempatkan orientasi pada konsumen sebagai tujuan utama. Hal ini disebabkan konsumen merupakan bagian yang vital terhadap eksistensi produk dipasaran dimana diterima atau ditolaknya produk menjadi indikator.

Seorang konsumen mungkin mengalami tingkat kepuasan, yaitu bila kinerja jasa tidak sesuai dengan harapannya setelah digunakan maka konsumen tersebut akan merasa tidak puas. Namun bila terjadi sebaliknya,

yaitu kinerja jasa sesuai dengan harapannya maka konsumen akan merasa puas sehingga suatu saat akan kembali menggunakan jasa tersebut.

Perusahaan yang bergerak dalam bidang transportasi sebagai penyedia jasa juga harus memperhatikan tingkat kepuasan konsumennya setelah mengkonsumsi jasa pelayanannya. Perkembangan jasa transportasi bermunculan seperti halnya alat transportasi darat yang sekarang ini bermacam-macam jenisnya, misalnya taksi, bus, travel, kereta api, dan sebagainya.

Salah satu yang berpengaruh terhadap perkembangan bidang transportasi adalah bertambahnya jumlah penduduk. Hal ini terbukti dengan semakin bertambahnya pengguna jasa transportasi sebagai sarana penghubung baik itu transportasi umum maupun pribadi. Dengan dasar tersebut maka banyak pengguna jasa transportasi khususnya taksi melakukan pengembangan usahanya. Pengguna menilai bahwa dengan pengembangan usaha nantinya akan menghasilkan keuntungan yang besar. Pengembangan yang dilakukan oleh produsen jasa transportasi taksi diantaranya adalah dengan penambahan jumlah armada taksinya, serta melengkapi fasilitas-fasilitas yang ada yang dianggap sangat berpengaruh dalam menghasilkan keuntungan. Selain itu produsen harus mempunyai banyak strategi untuk menghadapi persaingan yang terjadi karena tidak menutup kemungkinan produsen jasa transportasi taksi lainnya juga akan melakukan usaha yang sama untuk mengembangkan usahanya.

Untuk menghadapi persaingan itu, salah satu strategi yang digunakan pihak PT *Blue Bird Group* selaku produsen jasa transportasi taksi adalah dengan selalu mengutamakan kepuasan maksimal bagi pengguna jasa taksi tersebut. PT *Blue Bird Group* terus menyesuaikan dengan keadaan yang sudah berkembang pesat seperti sekarang ini. Perubahan yang paling pesat adalah elektronik dan komputerisasi. Tujuan komputerisasi bukan untuk mengurangi jumlah orang, tapi agar lebih terkontrol. Di ruang operasi pusat, order diberikan secara elektronik kepada pengemudi. Kini pemesanan taksi bisa dilakukan *Blackberry*, *iPhone* dan *Android*.

Kini orang bisa pesan taksi *Blue Bird* tanpa harus berbicara dengan operator, tetapi lewat menu yang ada di *smartphone*-nya dan bisa mendeteksi kedatangan taksi, yang sudah diberi tahu nomor lambung taksinya, ke lokasi pemesanan lewat peta elektronik di *smartphone* mereka. Bahkan, beberapa bulan lagi PT *Blue Bird Group* akan meluncurkan layanan yang penumpang bisa menelpon taksi yang mereka pesan karena setiap taksi *Blue Bird* sebenarnya ada telponnya.

Tetapi pada situasi saat ini sering dijumpai adanya sutau masalah yang dapat menyebabkan konsumen mengeluh dan memberikan citra buruk terhadap perusahaan taksi PT *Blue Bird Group* pada tahun-tahun ini. Sepertinya adanya kasus-kasus yang menerpa perusahaan taksi *blue bird* yang pertama yaitu, “Merampok Penumpang Taksi, Trisno: Istri Saya Kabur, Anak Sekolah SD Butuh Biaya” awalnya Sutrisno atau Trisno (41)

kalut. Istri yang sudah dinikahinya selama 8 tahun kabur dengan pria lain. Dua anakpun terpaksa dia titip ke orangtuanya yang di Depok. Tambah lagi biaya sekolah SD anaknya cukup besar membuat dia mesti mengambil uang tambahan. Kronologi ceritanya, Trisno mencuri taksi Express di Mega Kuningan. Sang sopir lalai menaruh kunci menggantung. Trisno yang juga sopir taksi *Blue Bird* ini awalnya hendak menjual mobil taksi Express itu tapi tak laku. Hingga bertemu tiga kawanannya yang lain dan merencanakan perampokan penumpang. Taksi Express curian dijadikan alat. Sayangnya taksi itu entah bagaimana diambil dari tangan Trisno oleh pria bersafari yang misterius. (m.detik.com/Selasa,9 Desember 2014/).

Kasus yang kedua yaitu “Harga BBM Naik, Argo Taksi *Blue Bird* Makin Mahal”. Taksi *Blue Bird* memang dikenal dengan taksi dengan argo paling mahal dibandingkan dengan taksi lainnya. Operator taksi, PT *Blue Bird* Tbk sudah mengambil ancang-ancang penyesuaian tarif armada apabila pemerintah merealisasikan kenaikan harga bahan bakar minyak (BBM) bersubsidi pada November 2014. Direktur *Blue Bird*, Andre Djokosoetono menuturkan, perseroan melalui Organisasi Angkutan Darat (Organda) akan mengajukan tarif baru sebagai langkah penyesuaian akibat kenaikan harga BBM Subsidi. Saat ini argo taksi regular sebesar Rp. 7.000 pertama buka pintu. Namun, kata Andre berkaca pada tahun lalu sebesar Rp. 2.000 per liter, perseroan menyesuaikan tariff taksi sebesar 22 persen. Perseroan tambah dia, mempunyai prosedur untuk menaikkan harga BBM subsidi. Penyesuaian tarif perlu kesepakatan dengan

organisasi yang menaungi dibawahnya, yakni Organda.(Liputan6.com/5 Nov 2015/Fiki Ariyanti).

Ada lagi kasus yang ketiga yaitu “Pesan taksi tetapi tidak datang”. Kronologinya, Resepsionis Puri Sakura Dewi yang bernama Nurul Anisah (22), memesan taksi *Blue Bird* lewat telepon untuk *customer apartment* Puri Sakura Dewi. Ia menelpon jam 7 malam untuk pesanan esok hari jam 8 pagi. *Customer apartment* yang rata-rata diisi oleh warga kebangsaan Jepang tersebut memang mempercayakan dan selalu menggunakan taksi *Blue Bird* sebagai alat transportasi mereka. Keesokan harinya, Nurul dikomplain oleh *customer apartment* karena taksi yang dipesan oleh orang Jepang tersebut tidak datang jam 8 pagi untuk mengantarnya. Lalu akhirnya Nurul sebagai resepsionis mengkomplain kepada pihak taksi *Blue Bird*. Nurul menelpon layanan yang khusus untuk pengaduan taksi *Blue Bird*. Pihak *Blue bird* mengatakan dalam telponya bahwa taksi yang dipesan atas nama Nurul resepsionis *apartment* Puri Sakura Dewi sudah sukses, tapi kenyataannya taksi yang dipesan tidak datang. Akhirnya Nurul menegaskan kalau memang benar taksi yang dipesannya tidak datang.”(11/12/2015)

Pelayanan yang tidak memuaskan akan menjadi pesan yang buruk untuk sebuah perusahaan. Disinilah perlunya manajemen PT *Blue Bird Group* meningkatkan kualitas pelayanannya untuk menyeimbangkan dengan biaya yang telah dikeluarkan oleh konsumen sehingga konsumen aman untuk menggunakan jasa transportasi taksi *Blue Bird Group*.

Taksi Blue Bird memang sampai saat ini masih menjadi perusahaan taksi terdepan. Banyak masyarakat sudah menjadi *customer* setia taksi *Blue Bird*. Banyak kesan dan pesan yang disampaikan masyarakat setelah menggunakan taksi *Blue Bird*.

Ada beberapa orang yang penulis mintai persepsinya mengenai taksi *Blue Bird*. Yang pertama, Ibu Santi Sekar. Ia berprofesi sebagai karyawan yang menggunakan taksi *Blue Bird* sebagai alat transportasi saat ia mengantar barang *loading*. Ia mengatakan, sampai saat ini hanya *Blue Bird* taksi yang ia percaya untuk ia gunakan. Karena zaman sekarang memang yang mahal tidak bisa bohong. Selama ini ia merasa nyaman dan aman jika menggunakan taksi *Blue Bird* dibandingkan taksi yang lainnya yang terkadang selama perjalanan AC nya tidak dingin, di dalam taksinya tercium bau yang tidak enak, sopirnya tidak rapih, dan lainnya.

Lalu yang kedua Bapak Widodo. Ia berprofesi sebagai pegawai negeri. Ia sering bepergian ke luar kota bahkan ke luar negeri untuk melaksanakan tugas dari kantor. Ia menggunakan jasa transportasi taksi *Blue Bird* untuk mengantarnya ke bandara. Menurut ia, taksi *Blue Bird* masih yang paling nyaman terlepas dari beberapa kasus yang akhir-akhir ini menimpa *Blue Bird*. Tetapi terkadang sopir sengaja memperlambat jalan taksinya agar argo mahal itu yang bikin perusahaan mendapatkan keuntungan dan penumpang yang merugi. Taksi *Blue Bird* juga armada paling banyak di bandara. Maka ia menggunakan taksi *Blue Bird*.



Ada juga Ibu Titi. Ia berprofesi sebagai karyawan swasta. Ia bepergian kemana-mana menggunakan taksi. Ia termasuk *customer* taksi *Blue Bird*. Ia tidak mau menggunakan kendaraan lain selain taksi dan ojek. Persepsi setiap orang memang berbeda-beda tentang taksi *Blue Bird*. Tapi memanglah belum ada yang menandingi kenyamanan taksi *Blue Bird*. Di zaman sekarang ini sangatlah rawan dalam berkendara di jalan. Naik kendaraan pribadi kurang aman, apalagi dengan kendaraan umum seperti taksi. PT *Blue Bird Group* selalu mengedepankan kepuasan konsumen. Untuk apa bekerja jika konsumen tidak puas dengan pelayanannya.

Dalam mengantisipasi kasus-kasus yang beredar di PT *Blue Bird Group* misalnya di lain pihak, perusahaan juga akan bersikap keras bila ada karyawan yang tidak jujur. Contohnya saja, kalau ada barang penumpang ketinggalan, tidak boleh diambil, tetapi harus dikembalikan. Pengelola atau atasan *Blue Bird* tidak menjebak mereka, tetapi selalu ditegaskan kepada mereka bahwa jangan melakukan kecurangan karena pasti ditindaklanjuti oleh perusahaan. Sampai-sampai orang luar negeri heran di Indonesia ketinggalan *handphone* di taksi bisa kembali, sementara di banyak negara itu tidak mungkin kembali. Antara perusahaan dan pimpinan harus memperhatikan kepentingan karyawan dan di sisi lain, karyawan harus memperhatikan kepentingan perusahaan. Karena perusahaan dan pimpinan itu mitra, saling membutuhkan. Jadi semua pihak dilibatkan dalam pengambilan keputusan.

Sebagai bagian dari tanggung jawab terhadap konsumen, Perseroan secara rutin melakukan pemeriksaan dan recalibrasi terhadap argometer melalui Kantor Metrologi Dinas Perindustrian dan Perdagangan daerah setempat. Hal tersebut dilakukan guna memastikan bahwa argometer berfungsi dengan baik dan tidak diubah secara tidak sah. Perseroan memberlakukan denda terhadap pengemudi yang terbukti telah mengubah argometer.

Berangkat dari kepedulian terhadap aksesibilitas bagi *disable* di Jakarta, perseroan juga melakukan inovasi layanan dengan membuka layanan taksi *lifecare* khusus untuk *disable*. Dengan adanya layanan ini, diharapkan dapat memberikan pilihan sarana transportasi dalam memperoleh akses terhadap layanan transportasi dari satu tempat ke tempat lainnya dengan Aman, Nyaman, Mudah, dan Personal (ANDAL) sesuai dengan slogan Perseroan. (AR\_bluebird\_2014\_29apr\_2015\_lowres-audit-report1.pdf)

DKI Jakarta adalah sebuah kota yang besar. Kota yang sebagian dari masyarakatnya adalah pengguna taksi. Lalu muncul pertanyaan bagaimanakah persepsi *customer* taksi *Blue Bird Group* tentang kualitas pelayanan yang diberikan PT *Blue Bird Group*. Oleh karena itu penulis mengambil judul: “Persepsi *Customer* Taksi *Blue Bird* Tentang Kualitas Pelayanan Yang Diberikan PT *Blue Bird Group*”.



## 1.2 Pra Test

1. Data hasil kuisioner Persepsi *customer* taksi *Blue Bird* tentang kualitas pelayanan yang diberikan PT *Blue Bird Group*.

Tabel 1.1

Kualitas Pelayanan yang diberikan PT *Blue Bird Group*

Jawaban	Frekuensi	Persen (%)
Sangat Tidak Setuju	1	10%
Tidak Setuju	2	20%
Ragu-ragu	2	20%
Setuju	4	40%
Sangat Setuju	1	10%
Total	10	100%

## 1.3 Identifikasi Masalah

Latar belakang masalah yang telah diuraikan dapat diidentifikasi permasalahan yang ada, yaitu:

1. Masih adanya keluhan masyarakat terhadap kualitas pelayanan yang diberikan taksi tersebut.
2. Terkadang adanya perbedaan antara identitas pengemudi di dasbor taksi dengan pengemudi yang membawa taksinya.
3. Kurang baiknya prasarana yang terdapat di dalam taksi.

4. Belum ada penelitian yang secara khusus tentang persepsi *customer* tentang kualitas pelayanan yang diberikan PT *Blue Bird Group*.

### 1.3 Pembatasan Masalah

Dalam melakukan penelitian perlu adanya pembatasan masalah, hal ini menjaga agar masalah yang akan diteliti tidak terlepas dari pokok permasalahan yang akan ditentukan. Oleh karena itu untuk mendukung hasil yang lebih baik, maka penulis hanya membatasi ruang lingkup permasalahan mengenai persepsi *customer* taksi *Blue Bird* tentang kualitas pelayanan yang diberikan PT *Blue Bird Group*.

### 1.4 Perumusan Masalah

Dari latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut: “Bagaimanakah persepsi *customer* taksi *Blue Bird* tentang kualitas pelayanan yang berikan PT *Blue Bird Group*?”.

### 1.5 Tujuan Penelitian

- Untuk mengetahui keluhan masyarakat tentang kualitas pelayanan yang diberikan taksi *Blue Bird* tersebut
- Untuk mengetahui perbedaan dan kejanggalan yang ada di dalam taksi
- Untuk mengetahui prasarana yang terdapat di dalam taksi

- Untuk mengetahui secara khusus tentang persepsi customer tentang kualitas pelayanan yang diberikan Blue Bird.

## 1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini:

### 1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian bermanfaat yaitu melalui sumbangan teori dan analisisnya untuk kepentingan penelitian di masa akan datang dan hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau masukan bagi perkembangan ilmu pengetahuan.

### 2. Manfaat Praktis

#### a. Bagi Penulis

Untuk mengetahui bagaimana persepsi *customer* taksi *blue bird* tentang kualitas pelayanan yang diberikan PT *Blue Bird Group*.

#### b. Bagi Perusahaan

Memberikan masukan bagi perusahaan dalam mengembangkan usahanya dan membantu dalam mengembangkan strategi untuk menghadapi persaingan.

#### c. Bagi Pembaca

Peneliti ini dapat dijadikan informasi tambahan dalam mempelajari suatu permasalahan perilaku konsumen kaitannya dengan pengguna jasa transportasi.