

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Alat transportasi sangat penting bagi masyarakat termasuk warga Jepara yang memiliki tingkat mobilitas tinggi. Kemajuan bidang transportasi di Jepara sudah maju pesat, ditunjang adanya kemajuan dan kecanggihan teknologi transportasi dan adanya berbagai prasarana yang bisa memberikan kemudahan-kemudahan serta kenyamanan dalam menggunakan sarana transportasi. Hal ini dapat dilihat dari jumlah dan jenis kendaraan yang semakin banyak dan arus lalu lintas yang dari hari ke hari semakin padat.

Inovasi dalam transportasi berjalan terus menerus seiring dengan kebutuhan manusia akan daya jangkau dan jelajah yang semakin besar. Dengan demikian pengguna transportasi harus memperhatikan keselamatan pemakai jalan raya dengan menekankan pada prinsip transportasi yang aman, nyaman, cepat, bersih (mengurangi polusi/ pencemaran udara) dan dapat diakses oleh semua kalangan baik penyandang cacat, ibu-ibu maupun lansia. Untuk mewujudkan keselamatan jalan tersebut, maka harus ada penerapan hierarki pemakai jalan. Prioritas utama pengguna jalan harus diberikan kepada pejalan kaki, kedua kendaraan tidak bermotor, karena lebih ramah lingkungan, ketiga angkutan umum, keempat adalah kendaraan pribadi.

Jasa angkutan darat di kabupaten Jepara yang termasuk jenis usaha angkutan bus antar kota antar propinsi memiliki persaingan yang kompetitif. Persaingan yang ketat ini akan menuntut perusahaan untuk menerapkan cara yang efektif dan efisien agar dapat memenangkan persaingan dalam dunia bisnis angkutan, untuk menarik konsumen dan mendapatkan citra perusahaan dimata konsumennya.

Usaha transportasi memiliki persaingan bisnis yang semakin ketat sehingga mengharuskan setiap perusahaan untuk mempersiapkan diri sebaik mungkin jika masih ingin mempertahankan eksistensinya dalam persaingan antar perusahaan sejenis lainnya. Dalam industri jasa, kualitas pelayanan kepada konsumen adalah faktor terpenting, dimana konsumen semakin bersifat kritis dalam memilih perusahaan jasa yang akan digunakan. Untuk dapat memenangkan persaingan dalam dunia bisnis, hal utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan adalah kepuasan konsumen untuk menciptakan kesetiaan (*loyalty*). Kesetiaan tersebut dapat mendorong konsumen untuk menjadi pelanggan, agar tercipta kepuasan konsumen (*customer satisfaction*) dalam memakai produk jasa transportasi. Setiap perusahaan harus mampu menyediakan produk sesuai kebutuhan dan keinginan pelanggan. Begitu pula dalam bisnis jasa perusahaan harus dapat memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan.

Agar selalu memuaskan konsumen, salah satu keunggulan dalam peningkatan layanan adalah dengan konsep manajemen hubungan dengan pelanggan atau *Customer Relationship Management (CRM)*. CRM

merupakan sebuah filosofi bisnis menggambarkan suatu strategi penempatan sebagai pusat proses aktivitas. Konsep ini telah diketahui dan banyak diterapkan untuk meningkatkan pelayanan di perusahaan.

Saat ini *Customer Relationship Management* sangat penting untuk membina hubungan antara pelanggan dan pihak yang bersangkutan memberikan informasi yang diperlukan oleh pelanggan mengenai data-data yang sedang dalam proses pengerjaan. Penerapan suatu teknologi informasi berguna untuk mewujudkan *Customer Relation Management* agar dapat berjalan dengan baik.

Keberadaan pelanggan bagi sebuah perusahaan ini bukan hanya sebagai sumber pendapatan perusahaan saja, melainkan juga sebuah aset jangka panjang perlu dikelola dan dipelihara melalui *Customer Relationship Management (CRM)*. Cara pandang perusahaan saat ini telah menganggap pelan menjadi hal penting dalam menentukan arah kebijakan perusahaan (Herdiansyah, 2011).

DayTrans merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang jasa transportasi. Dimana perusahaan ini, menyediakan penjualan tiket dengan tujuan keberangkatan ke Semarang, Magelang, Jogjakarta dan Salatiga dari Jepara dan juga sebaliknya. Selama ini banyak masyarakat yang menggunakan Bus umum dengan harga tiket yang lebih murah, tapi selalu kebetulan dan sangat tidak nyaman. Untuk pergi ke Jogja maka pelanggan dari Jepara harus ke terminal Terboyo yang ada di Semarang dan

baru pindah menuju jurusan Jogja. Berikut ini adalah data jumlah penumpang DayTrans Jepara tahun 2012 sampai 2015.

Tabel 1.1
Data Penumpang DayTrans

No	Bulan	2012	2013	2014	2015
1	Januari	250	325	404	477
2	Februari	256	318	414	446
3	Maret	278	326	562	466
4	April	265	339	581	483
5	Mei	289	611	727	555
6	Juni	302	681	711	485
7	Juli	256	489	501	444
8	Agustus	287	587	836	678
9	September	350	579	561	587
10	Oktober	250	543	664	887
11	Nopember	278	534	641	786
12	Desember	300	542	597	768
	Total	3361	5874	7199	7062

Sumber : DayTrans, 2016

Dari data yang ada ternyata penjualan tiket dari tahun ke tahun telah mengalami peningkatan. Sejak tahun 2012 berjumlah 3361 penumpang menjadi 7199 pada tahun 2014 tapi terjadi penurunan pada tahun 2015 yakni menjadi 7062. DayTrans berusaha memiliki keunggulan dibanding jasa Transporasi yang lain. Selain itu pelanggan akan menerima informasi dari bagian administrasi tentang keberangkatan jamnya dan ditunggu dimana yang sesuai jalurnya. Hal ini membuat muncul keyakinan pelanggan dalam melakukan perjalanan. Akan tetapi sekarang ini banyak persaingan termasuk dari Bejeu, Bus kota dan berbagai Travel lainnya tentunya tidak hanya persaingan harga tapi juga pelayanan dengan membuat keunggulan tersendiri yang membuat nilai bagi pelanggan.

Penelitian ini didasarkan dengan riset gap dari hasil jurnal penelitian terdahulu. Hasil penelitian Anggita Putri Iriandini, dkk (2015) menjelaskan bahwa faktor CRM yang terdiri dari variabel komitmen, komunikasi terhadap loyalitas pelanggan berpengaruh signifikan, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan adalah tidak signifikan. Hasil penelitian Woro Mardikawat (2013) menunjukkan nilai pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Pemilihan kantor DayTrans merupakan salah satu perusahaan penyedia layanan transportasi darat dengan sistem *shuttle* di Jepara yaitu sebagai tempat penelitian tentang jasa di bidang transportasi. Oleh karena itu, penelitian ini juga bertujuan untuk memperkenalkan dan menjelaskan kepada masyarakat terhadap perusahaan jasa yang bisa membantu proses dalam perjalanan serta pengiriman paket atau dokumen. Alasan lain pemilihan tempat penelitian di DayTrans Jepara merupakan perusahaan jasa transportasi yang sudah memiliki banyak pengalaman di bidang pelayanan jasa yang mulai berdiri tahun 2002. Dengan melihat pentingnya penerapan CRM, Nilai Pelanggan dan Kualitas Layanan pada perusahaan DayTrans Jepara dan berdasarkan latar belakang tersebut di atas, maka penelitian ini mengambil judul, “ANALISIS PENGARUH CRM, NILAI PELANGGAN DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Studi Kasus Pada DayTrans Jepara)”.

1.2. Ruang Lingkup Penelitian

Demi keberhasilan penelitian ini, maka dalam penelitian ini batasan masalah sebagai berikut:

1. Faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen DayTrans Jepara dibatasi hanya pada CRM, nilai pelanggan dan kualitas layanan.
2. Penelitian dilakukan dengan mengambil sampel kepada pelanggan DayTrans Jepara dengan metode *Accidental sampling* penentuan sampel berdasarkan kebutuhan penelitian, yaitu pelanggan DayTrans Jepara pada saat penelitian ini sedang dilaksanakan dan bersedia menjadi responden.

1.3. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh CRM terhadap kepuasan konsumen DayTrans Jepara?
2. Bagaimana pengaruh nilai pelanggan terhadap kepuasan konsumen DayTrans Jepara?
3. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen DayTrans Jepara?
4. Bagaimana pengaruh CRM, nilai pelanggan dan kualitas layanan secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen DayTrans Jepara?

1.4. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dilakukanya penelitian ini adalah:

1. Menganalisis pengaruh CRM terhadap kepuasan konsumen DayTrans Jepara.
2. Menganalisis pengaruh nilai pelanggan terhadap kepuasan konsumen DayTrans Jepara.
3. Menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen DayTrans Jepara.
4. Menganalisis pengaruh CRM, nilai pelanggan dan kualitas layanan secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen DayTrans Jepara.

1.5. Manfaat Penelitian

- **Manfaat Teoritis**

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dalam pengembangan ilmu pemasaran khususnya tentang kepuasan konsumen, serta dapat menambah pengetahuan dan memperluas keilmuan peneliti, sehingga dengan adanya teori yang didapat selama di bangku kuliah dapat dipraktekkan.

2. Bagi Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNISNU

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pengetahuan khususnya mengenai kinerja perusahaan, serta sebagai referensi dalam melakukan penelitian-peneitian selanjutnya.

- **Manfaat Praktis**

Bagi perusahaan DayTrans Jepara, semoga dapat memberikan informasi dalam mengambil kebijakan untuk meningkatkan kepuasan konsumen dan kemampuan manajemen serta merencanakan strategi usaha demi meningkatkan kinerja perusahaan DayTrans Jepara.

