

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 LATAR BELAKANG MASALAH

Kemajuan teknologi membawa dampak makro bagi perkembangan pola pikir masyarakat. Dalam hal ini yang tampak nyata adalah perubahan sikap masyarakat dalam menentukan pilihan untuk memenuhi kebutuhannya.

Saat menentukan pilihan jasa angkutanpun, masyarakat kini cenderung lebih selektif. Faktor yang mempengaruhi proses pemilihan tersebut tidak lagi sekedar pada jenis angkutan yang bisa mengantar konsumen sampai ketujuannya, namun lebih dari itu banyak dimensi pelayanan yang menyertai pemikiran konsumen dalam memilihnya, diantaranya adalah mengenai kemampuan untuk melaksanakan jasa, tanggapan yang cepat atas permintaan dan masalah yang dihadapi oleh konsumen, keramahan dalam memberikan pelayanan, perhatian yang diberikan secara individu kepada konsumen dan penampilan fasilitas fisik, peralatan, maupun alat-alat komunikasi yang dimiliki.

Masalah diatas merupakan tantangan bagi perusahaan dalam menentukan kelangsungan hidupnya, sebab kepuasan konsumen merupakan syarat ekonomi dan sosial untuk mencapai kelangsungan hidup tadi (Basu Swastha & Hani Handoko ; 2000:6). Pemenuhan kepuasan akan kebutuhan konsumen merupakan suatu keniscayaan yang harus diberikan produsen, sebab produk yang dihasilkan (dalam hal ini produk jasa) merupakan gambaran dari apa yang dipikirkan

produsen. Untuk itu bagi produsen tidak memiliki pilihan lain kecuali harus mampu menganalisis dan memahami pikiran konsumen akhir setiap produk dan jasa yang dihasilkan dan ditawarkan, sehingga dapat menjadi fondasi untuk seluruh rantai permintaan produk (Blackwell, 2000:27).

Jasa angkutan taksi merupakan salah satu produk jasa yang ditawarkan dalam bisnis angkutan. Selama ini jasa angkutan taksi oleh sebagian pihak masih dianggap sebagai jenis angkutan eksklusif, karena tarif yang dikenakan pada konsumen lebih tinggi dibanding jenis angkutan lainnya. Meskipun demikian taksi juga memiliki beberapa kelebihan yaitu dalam hal kenyamanan, keamanan, dan ketepatan waktu tempuhnya.

Di kota Solo terdapat lima perusahaan jasa angkutan taksi. Kelima perusahaan jasa angkutan tersebut adalah Solo Central Taksi, Bengawan Taksi, Ratu Taksi, Solo Taksi, dan KOSTI Solo. Namun dari sisi jumlah armada, Kosti Solo memiliki jumlah armada terbesar dibandingkan dengan empat pesaingnya. Dari 550 jumlah taksi yang berada di wilayah Solo, Kosti mempunyai armada sebanyak 250 buah, sisanya dimiliki oleh pesaing tersebut ditambah dengan adanya taksi ilegal atau lazim disebut dengan taksi gelap.

Dengan jumlah penduduk kota Surakarta sekitar 489.368 jiwa, maka perbandingan antara jumlah penduduk dengan jumlah armada taksi sangat memungkinkan untuk memunculkan persaingan. Untuk itu dalam upaya memenangkan persaingan antara perusahaan taksi, perlu diperhatikan dimensi-dimensi pelayanan kepada pelanggan/ konsumen, tidak hanya mengandalkan penampilan fisik kendaraan semata. Sebagaimana sudah dilakukan salah satu

perusahaan taksi di Jakarta yang menggunakan sistem teknologi GPS (Global Positioning System) untuk memantau lokasi armada taksi guna menentukan jarak antara armada yang terdekat dengan posisi konsumen.

Di era persaingan global ini perusahaan jasa transportasi khususnya taksi perlu meningkatkan sistem pelayanannya. Mengingat makin kompleksnya alasan konsumen mengapa menggunakan jasa armada taksi, antara lain kebutuhan akan kecepatan datangnya armada, kenyamanan, keamanan, tarif, layanan petugas, dan juga adanya layanan aduan. Dalam bersaing ada banyak hal yang perlu diperhatikan, antara lain peningkatan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM), peningkatan kualitas produk jasa, peningkatan pelayanan, peningkatan kualitas manajemen, peningkatan efisiensi dan sebagainya. Dengan demikian perusahaan jasa transportasi akan mampu bersaing dalam pasar global.

Bertitik tolak dari hal tersebut maka penulis tertarik untuk membuat penelitian dengan judul **“Penilaian Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Jasa Taksi Kosti Solo di Surakarta”**

## **1.2 PERUMUSAN MASALAH**

Guna mempermudah pemahaman akan materi yang akan dibahas dalam skripsi ini diperlukan adanya perumusan masalah yang sistematis. Pembahasan pada skripsi ini dirumuskan pada hal-hal sebagai berikut :

- a. Bagaimana penilaian konsumen terhadap dimensi kualitas pelayanan Taksi Kosti Solo di Surakarta ?

- b. Apakah terdapat perbedaan penilaian konsumen terhadap kualitas pelayanan Taksi Kosti Solo oleh responden yang terdiri jenis kelamin, usia dan jenjang pendidikan ?

### 1.3. HIPOTESA

- a. Kualitas pelayanan kesehatan yang diberikan oleh Taksi Kosti Solo di Surakarta baik.

- b. Penilaian konsumen terhadap kualitas pelayanan berdasarkan :

Jenis kelamin

$H_0$  = tidak ada perbedaan penilaian konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diberikan Taksi Kosti Solo berdasarkan jenis kelamin.

$H_a$  = ada perbedaan penilaian konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diberikan Taksi Kosti Solo berdasarkan jenis kelamin.

Usia

$H_0$  = tidak ada perbedaan penilaian konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diberikan Taksi Kosti Solo berdasarkan usia.

$H_a$  = ada perbedaan penilaian konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diberikan Taksi Kosti Solo berdasarkan usia.

## Pendidikan

Ho = tidak ada perbedaan penilaian konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diberikan Taksi Kosti Solo berdasarkan jenjang pendidikan.

Ha = ada perbedaan penilaian konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diberikan Taksi Kosti Solo berdasarkan jenjang pendidikan.

### 1.4. BATASAN MASALAH

Agar masalah yang diteliti tidak terlalu luas dan tidak menyimpang dari pokok pikiran yang sedang dibahas, maka penulis merasa perlu memberikan batasan masalah. Dengan demikian data yang diperoleh dan terkumpul dalam penelitian ini dapat sesuai dengan tujuan yang hendak dicapai, maka pembahasannya hanya pada :

#### a. Responden

Yang dimaksud responden dalam penelitian ini adalah orang yang sudah mengalami atau sedang menjalani jasa dari layanan transportasi dari Taksi Kosti Solo di Surakarta. Karakteristik responden berdasarkan :

Jenis kelamin : Pria dan Wanita

Usia menurut Erikson (Long, 1996:77) :

Anak-anak : 0 – 19 tahun

Dewasa muda : 20 – 45 tahun

Dewasa pertengahan : 46 – 65 tahun

Dewasa lanjut : 66 tahun keatas

Pendidikan : SD, SMP, SMU, Akademi dan PT.

b. Jasa / pelayanan

Setiap tindakan atau kegiatan yang ditawarkan oleh suatu pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun (Kotler 1995:548). Dalam skripsi ini yang dimaksud dengan jasa adalah berbagai macam jenis layanan dalam bidang transportasi yang diberikan oleh Taksi Kosti Solo.

c. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah suatu hasil dari perbandingan antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual layanan (Gronroos dalam Pujawan, 1997:8). Definisi kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Apabila pelayanan yang diterima sesuai dengan yang diharapkannya, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Sebaliknya, jika pelayanan yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk. Dengan demikian, baik tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten (Fandy Tjiptono, 1996 : 59-60).

Dimensi kinerja pelayanan Taksi Kosti Solo yang akan diteliti mengacu pada dimensi kualitas jasa menurut Adrian Palmer (2001:222), yaitu meliputi 5 dimensi yaitu :

1. Reliability (keandalan)

Kemampuan untuk melaksanakan jasa tergantung pada jasa yang telah dijanjikan, akurat, dan konsisten.

2. Responsiveness (daya tanggap)

Kemampuan memberikan tanggapan dengan cepat dan tepat dalam menangani berbagai keluhan konsumen pada saat menggunakan jasa armada Taksi Kosti Solo.

3. Assurance (jaminan)

Kemampuan dalam memberikan kenyamanan, keamanan dan kesopanan selama menggunakan jasa armada Taksi Kosti Solo.

4. Emphaty (empati)

Meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, dan memahami kebutuhan para konsumen.

5. Tangibles (berwujud)

Meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, penampilan pegawai/pengemudi dan alat komunikasi

### **1.5. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN**

Tujuan dari diadakannya penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui kualitas pelayanan Taksi Kosti Solo di Surakarta.
- b. Untuk mengetahui Apakah terdapat perbedaan penilaian konsumen terhadap kualitas pelayanan Taksi Kosti Solo oleh responden yang terdiri dari jenis kelamin, usia, dan jenjang pendidikan.

Adapun manfaat dari penelitian ini diharapkan berguna untuk :

a. Bagi Perusahaan yang bersangkutan

1. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai masukan untuk menyusun strategi pelayanan.
2. Dapat dijadikan masukan bagi manajemen untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen.

b. Bagi Peneliti

1. Sebagai sarana untuk melatih berfikir ilmiah terhadap masalah-masalah nyata yang dihadapi oleh perusahaan.
2. Untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

## **1.6. METODOLOGI PENELITIAN**

### **1.6.1. Metode Pengumpulan Data**

Data yang digunakan adalah :

1. Data Primer adalah data yang didapat dari hasil survey peneliti secara langsung kepada obyek yang akan diteliti

Data ini diperoleh dengan cara :

a. Wawancara

Merupakan teknik pencarian data dengan cara melakukan tanya jawab kepada pihak-pihak yang terlibat dalam penelitian ini. Penelitian tanya jawab ini dapat dilakukan dengan proses wawancara langsung dan



tertulis secara tidak terstruktur dengan pimpinan dan beberapa karyawan perusahaan Taksi Kosti Solo.

b. Kuesioner (daftar pertanyaan)

Kuesioner dalam skripsi ini menggunakan format *Skala likert* yang dirancang untuk memungkinkan konsumen menjawab dalam berbagai tingkatan pada setiap butir yang menguraikan jasa/produk. Butir-butir kepuasan yang terdapat dalam skala ini merupakan butir-butir yang bersifat menerangkan (*declaratine items*) yang mencerminkan aspek khusus tentang kebaikan atau kejelekan pelayanan/produk. Maka dari itu, skala jawaban harus mencerminkan apakah butir-butir kepuasan benar-benar menguraikan pelayanan. Konsumen menjawab setiap butir berdasarkan betapa baiknya suatu butir tertentu menggambarkan pelayanan yang diterima . Untuk setiap jawaban akan diberi skor 1 – 5 yang dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a) Skor 1 untuk jawaban Sangat Tidak Setuju.
- b) Skor 2 untuk jawaban Tidak Setuju.
- c) Skor 3 untuk jawaban Netral.
- d) Skor 4 untuk jawaban Setuju.
- e) Skor 5 untuk jawaban Sangat Setuju.

Kuesioner yang dibagikan kepada 100 responden ini terdiri dari 2 (dua) bagian pertanyaan, yaitu :

Bagian I (menanyakan tentang karakteristik konsumen yang berhubungan dengan kualitas pelayanan yang diberikan Kosti Solo jika dilihat dari jenis

kelamin, usia, dan pendidikan) ; dan Bagian II (menanyakan persepsi nasabah terhadap kinerja jasa Kosti Solo dalam memberikan kualitas pelayanan kepada konsumen dengan memilih salah satu dari kelima jawaban yang tersedia).

c. Studi Pustaka

Data penelitian yang diperoleh dari literatur-literatur yang ada hubungannya dengan kegiatan penelitian yang sedang di langungkan.

2. Data Sekunder adalah data yang didapat dari pihak lain yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan, dalam hal ini diperoleh dari perusahaan jasa angkutan Taksi Kosti Solo.

### **1.6.2. Teknik Penentuan Responden / Sampel**

#### Populasi, Sampel dan Cara Pengambilan Sampel

Deskripsi karakteristik dari populasi pada penelitian ini adalah pengguna jasa Taksi Kosti Solo di Surakarta. Dalam menentukan ukuran sampel pada proses pengambilan sampel dari populasi yang sudah dideskripsikan diatas, peneliti mengamsumsikan bahwa populasi adalah tidak terbatas.

Dalam penentuan besarnya sampel sebenarnya tidak ada aturan yang tegas berapa jumlah sampel yang harus diambil dari polpulasi yang tersedia tetapi untuk menghemat waktu, biaya dan tenaga, maka seorang peneliti harus dapat memperkirakan besarnya sampel yang diambil sehingga presisinya dianggap cukup untuk menjaminj tingkat kebenaran hasil penelitian.

Berdasarkan pernyataan Cooper dan Emory (1996:221), “sebuah sampel sebanyak seratus yang diambil dari populasi berjumlah 5000 secara kasar mempunyai ketepatan estimasi yang sama dengan 100 sampel yang diambil dari 200 juta populasi, maka peneliti menentukan jumlah sampel yang akan diambil sebanyak 100”.

Pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode *convenience sampling*, yaitu pengambilan sampel berdasarkan pada ketersediaan elemen dan kemudahan untuk mendapatkannya. Dengan kata lain sampel diambil/terpilih karena sampel tersebut ada pada tempat dan waktu yang tepat.

### **1.6.3. Teknik Pengujian Instrumen**

Teknik pengujian instrumen mencakup uji validitas dan reliabilitas dari kuesioner yang akan digunakan dalam penelitian.

#### **a. Uji Validitas**

Uji ini digunakan untuk mengetahui sejauh mana sebuah alat ukur itu mengukur apa yang akan di ukur.

Semakin tinggi validitas suatu alat pengukuran, semakin tepat pula alat pengukuran itu mengenai sasarannya. Uji validitas ini menggunakan rumus koefisien korelasi Produk Moment atau korelasi Pearson (Sutrisno Hadi, 1973:14), yaitu :

$$R = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{n \sum X^2 - (\sum X)^2} \cdot \sqrt{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2}}$$

Dimana : X = nilai dari item

Y = nilai dari total item

n = jumlah item

Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, maka ada korelasi yang nyata antara kedua variabel tersebut, dan demikian pula sebaliknya sehingga kuesioner tersebut dikatakan valid.

#### b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana pengukuran data dapat memberikan hasil relatif tidak berbeda apabila dilakukan pengukuran pada subyek yang sam atau dengan kata lain untuk menunjukkan adanya kesesuaian antara sesuatu yang di ukur dengan jenis alat pengukur yang dipakai.

Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan “teknik belah dua” (Singarimbun ; 1989:143).

Rumus yang digunakan adalah rumus *Product Moment* (Sutrisno Hadi, 1973:37), yaitu :

$$R_{xy} = \frac{N\sum XY - \sum X\sum Y}{\sqrt{N\sum X^2 - (\sum X)^2} \cdot \sqrt{N\sum Y^2 - (\sum Y)^2}}$$

Dimana :  $R_{xy}$  = koefisien korelasi antara item genap dan item ganjil

X = nilai item bernomor ganjil

Y = nilai item bernomor genap

n = Jumlah item

Untuk menguji realibilitasnya digunakan rumus *Spearman Brown*

(Sutrisno Hadi, 1973:37), yaitu :

$$R_{gg} = \frac{2R_{XY}}{1 + R_{XY}}$$

$R_{gg}$  = koefisien reliabilitas

Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel maka kuesioner sebagai alat pengukuran dalam penelitian ini andal.

#### 1.6.4. Metode Analisis Data

##### a. Analisis Persentase

Analisis ini digunakan untuk mengetahui profil responden Taksi Kosti Solo di Surakarta. Dengan cara membandingkan persentase jawaban yang menunjukkan karakteristik responden.

### b. Analisis Arithmetic Mean / rata-rata hitung

Dalam penelitian ini peneliti menghitung skor rata-rata untuk setiap item pertanyaan, tujuannya agar Perusahaan Taksi Kosti Solo dapat mengetahui item-item mana saja yang perlu ditinjau kembali. Analisis dilakukan pada masing-masing item pertanyaan dalam 5 dimensi kualitas jasa.

Rumus yang digunakan adalah :

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{n}$$

dimana :  $\bar{X}$  = rata-rata hitung

$\sum X$  = jumlah semua nilai observasi

$n$  = jumlah item observasi

### Interval

Untuk mengetahui penilaian konsumen terhadap kinerja pelayanan, dapat ditunjukkan dengan memasukkan nilai rata-rata yang diperoleh dengan interval dibawah ini dengan dasar skala likert

Bobot tertinggi – bobot terendah

Interval = \_\_\_\_\_

Jumlah kelas

$$= \frac{5-1}{5}$$

$$= 0.8$$

Jadi interval untuk menilai rata-rata penilaian konsumen terhadap kinerja perusahaan Taksi Kosti Solo

Interval	Kinerja
1 - 1.8	Sangat Buruk
1.81 - 2.61	Buruk
2.62 - 3.42	Sedang
3.43 - 4.23	Baik
4.24 - 5	Sangat Baik

### c. Uji Beda Terhadap Dua Rata-Rata Populasi

Penelitian ini menggunakan responden dalam jumlah besar yaitu sebanyak 100 orang, untuk itu digunakan uji Z. Analisis tersebut digunakan untuk melihat apakah ada perbedaan penilaian konsumen terhadap dimensi

kualitas pelayanan transportasi dari Perusahaan Taksi kosti Solo di Surakarta ditinjau dari jenis kelamin (Santoso, Tjiptono, 2001:154).

**d. Uji Beda Terhadap Lebih Dari Dua Rata-Rata Populasi**

Jika uji Z digunakan untuk pengujian dua sampel, maka uji F atau ANOVA digunakan untuk pengujian lebih dari dua sampel. Dalam hal ini One Way Anova digunakan untuk mengetahui ada tidaknya perbedaan penilaian konsumen Taksi kosti Solo terhadap dimensi kualitas pelayanan transportasi Taksi Kosti Solo ditinjau dari usia dan jenjang pendidikan (Santoso, Tjiptono 2001:165)

**1.7. SISTEMATIKA PENULISAN**

Dalam pembahasan skripsi ini, dirumuskan menjadi beberapa bab yang pada hakekatnya antara bab satu dengan yang lainnya saling berkaitan dan merupakan satu kesatuan yang utuh sehingga pada akhirnya dapat diperoleh suatu kesimpulan yang bermanfaat bagi perusahaan dalam hal ini perusahaan Taksi Kosti Solo.

Pembahasan sistematis dari bab-bab tersebut di atas dapat diuraikan sebagai berikut :

**BAB I : PENDAHULUAN**

Dalam bab ini dikemukakan dan diuraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, hipotesa, batasan masalah, tujuan dan



manfaat penelitian, metodologi penelitian, metode analisis data, dan sistematika penulisan.

## BAB II : LANDASAN TEORI

Dalam bab ini berisi tentang dasar-dasar teori yang mendukung penelitian ini, meliputi uraian secara teoritis terhadap masalah yang terdapat dalam penelitian ini.

## BAB III : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Dalam bab ini menyajikan gambaran perusahaan secara umum, hal-hal atau variabel yang berkaitan dengan masalah yang diteliti, sejarah, perkembangan perusahaan, struktur organisasi, personalia serta kegiatan pelayanan jasa yang diberikan oleh perusahaan.

## BAB IV : ANALISIS DATA

Dalam bab ini terdapat analisis tentang apa yang dikupas di bab sebelumnya dan sekaligus mengadakan evaluasi terhadap bidang yang diteliti, terutama membandingkan teori yang telah dipelajari selama kuliah dengan kenyataan praktek yang dijumpai di lapangan (dalam perusahaan yang diteliti) dalam hal ini analisis yang digunakan oleh penulis adalah analisis validitas dan reliabilitas serta analisis arithmetic mean (rata-rata hitung).

## BAB V : PENUTUP

Dalam bab ini berisi tentang kesimpulan hasil analisis data yang telah ada dan penulis mencoba memberikan saran-saran yang diharapkan dapat

berguna dalam mengambil keputusan dan menentukan strategi yang akan dilakukan untuk tetap bertahan dalam persaingan.

