

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di tengah perkembangan pesat dunia usaha akibat globalisasi, sektor jasa transportasi darat juga mengalami persaingan yang semakin kompetitif. Banyaknya penyedia layanan transportasi darat yang bermunculan menuntut pelaku usaha untuk mampu membuat keputusan strategis agar usahanya tetap berkembang dan diminati konsumen. Untuk memenangkan persaingan tersebut, perusahaan harus memahami dan memenuhi kebutuhan serta keinginan pengguna jasa secara optimal. Pemahaman ini sangat penting untuk menyusun strategi pelayanan yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen (Muharany, 2021).

Kepuasan konsumen adalah suatu konsep yang penting didalam pemikiran dan riset konsumen (Pratiwi, 2023). Dimana pemikiran konsumen sebagai titik penentu akan membeli ulang produk yang sudah dibeli ataupun memilih pindah ke tempat lain. Sehingga dapat diketahui bahwa kepuasan konsumen menjadi faktor terpenting didalam jalannya suatu bisnis. Menurut Roynaldus A. K. Agung et al., (2023), kepuasan konsumen adalah penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen terkait dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen. Menurut Asti & Ayuningtyas (2020) kepuasan konsumen adalah penilaian konsumen secara menyeluruh terhadap manfaat, produk yang didasarkan dari apa yang mereka terima dan apa yang mereka berikan respon ataupun tanggapan konsumen mengenai pemenuhan kebutuhan. Menurut (Rahardjo & Yulianto, 2021) kepuasan konsumen akan timbul jika suatu kebutuhan maupun keinginan

konsumen dapat dipenuhi secara maksimal dari segi produk atau jasa yang ditawarkan memiliki kualitas yang sangat baik maka konsumen akan timbul kepuasan, begitu juga sebaliknya apabila produk atau jasa yang ditawarkan tidak memiliki kualitas dan tidak dapat memenuhi keinginan konsumen akan timbul tidak puas terhadap produk ataupun jasa yang diberikan Menurut (Sambara et al., 2021) Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapannya. Menurut Asti & Ayuningtyas (2020) kepuasan konsumen adalah penilaian konsumen secara menyeluruh terhadap manfaat. produk yang didasarkan dari apa yang mereka terima dan apa yang mereka berikan respon ataupun tanggapan konsumen mengenai pemenuhan kebutuhan. Hal ini sejalan dengan pernyataan Rahardjo & Yulianto (2021) yang menyebutkan bahwa kepuasan konsumen akan timbul jika kebutuhan maupun keinginan konsumen dapat dipenuhi secara maksimal melalui produk atau jasa yang berkualitas. Salah satu perusahaan jasa transportasi yang berupaya mewujudkan hal tersebut adalah CV. Sinar Wisata yang berlokasi di Dharmasraya, dengan menawarkan jasa travel dari Dharmasraya ke Kota Padang maupun sebaliknya. Selain itu, CV. Sinar Wisata juga melayani carteran di luar trayek serta pengiriman paket dan dokumen yang langsung diantar ke alamat tujuan. CV. Sinar Wisata senantiasa memperhatikan tingkat kepuasan pengguna jasa travel mereka sebagai prioritas utama. Untuk melihat tingkat kepuasan pengguna jasa travel CV.Sinar Wisata dapat di lihat dari data jumlah konsumen mulai dari bulan Januari sampai Desember 2024 sebagai berikut:

Tabel 1.1
Jumlah konsumen CV.sinar wisata 2024

Bulan	Jumlah Konsumen
Januari	130
Febuari	98
Maret	363
April	351
Mei	142
Juni	124
Juli	131
Agustus	128
September	132
Oktober	120
November	134
Desember	142

Sumber: CV. Sinar Wisata Tahun (2025)

Berdasarkan data di atas, jumlah konsumen CV. Sinar Wisata pada tahun 2024 menunjukkan fluktuasi yang cukup signifikan dari bulan ke bulan. Terlihat lonjakan jumlah konsumen yang sangat tinggi terjadi pada bulan Maret dan April, masing-masing mencapai 363 dan 351 konsumen. Kenaikan tajam ini dapat mengindikasikan bahwa pada periode tersebut tingkat kepuasan konsumen berada pada kondisi optimal, didukung oleh pelayanan yang baik, promosi yang menarik, atau peningkatan kualitas layanan. Selain itu, lonjakan jumlah konsumen pada bulan tersebut juga dapat disebabkan oleh momentum bulan puasa dan persiapan mudik Lebaran, di mana permintaan akan jasa transportasi cenderung meningkat tajam. Sedangkan bulan April terjadi penurunan drastis di bulan Mei dan Juni. Penurunan ini menandakan kemungkinan adanya penurunan kualitas layanan, ketidakpuasan konsumen, atau meningkatnya persaingan dari penyedia jasa transportasi lainnya. Di samping itu, penurunan jumlah konsumen juga dapat disebabkan oleh berakhirnya masa mudik Lebaran, di mana kebutuhan masyarakat

terhadap jasa transportasi kembali menurun ke kondisi normal setelah puncak arus mudik dan balik. Sepanjang bulan Juli hingga Desember, jumlah konsumen cenderung stabil di kisaran 120–140 konsumen per bulan. Stabilitas ini menunjukkan bahwa perusahaan kemungkinan telah berhasil mempertahankan standar layanan yang memadai, namun belum mampu mengembalikan antusiasme konsumen seperti di awal tahun. Fenomena ini didukung dengan prasurvey kepada konsumen CV. Sinar Wisata sebanyak 30 orang dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 1.2
Hasil Survey Awal Konsumen

No	Pertanyaan	Jumlah	Setuju	Tidak Setuju
1	Apakah anda puas dengan layanan yang di berikan oleh transportasi di CV. Sinar Wisata?	30	14 (47%)	16 (53%)
2	Apakah harga yang di tawarkan oleh transportasi CV. Sinar Wisata cukup menjangkau konsumen?	30	13 (43%)	17 (57%)
3	Apakah anda puas dengan kenyamanan transportasi yang di berikan oleh Sinar Wisata?	30	12 (40%)	18 (60%)

Sumber : Data Primer 2025

Fenomena tingkat kepuasan konsumen berdasarkan hasil observasi awal yang dilakukan terhadap sejumlah konsumen pengguna jasa transportasi travel CV. Sinar Wisata, ditemukan adanya variasi dalam tingkat kepuasan konsumen terhadap layanan yang diberikan. Sebagian besar konsumen mengaku puas terhadap ketepatan waktu keberangkatan dan kenyamanan armada yang digunakan. Namun demikian, terdapat pula keluhan yang muncul terkait responsivitas layanan konsumen dalam menangani perubahan jadwal atau keluhan selama perjalanan, terutama pada masa-masa padat seperti libur nasional dan musim mudik. Beberapa konsumen juga menyampaikan harapan agar perusahaan dapat meningkatkan kualitas pelayanan sopir, seperti etika berkendara dan

komunikasi terhadap penumpang. Fenomena ini menunjukkan bahwa meskipun perusahaan telah berhasil memenuhi beberapa aspek penting dalam layanan transportasi, masih terdapat ruang untuk perbaikan guna meningkatkan kepuasan konsumen secara menyeluruh dan mempertahankan loyalitas mereka dalam jangka panjang.

Fenomena ini menjadi sinyal penting bagi manajemen CV. Sinar Wisata untuk melakukan evaluasi terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, seperti harga yang kompetitif, serta kualitas pelayanan dari staf, dimana konsumen puas dengan harga yang diberikan oleh CV. Sinar Wisata karna sesuai dengan titik penjemputan. Dengan memahami dinamika jumlah konsumen yang berkaitan erat dengan tingkat kepuasan, perusahaan dapat merumuskan strategi perbaikan dan peningkatan layanan secara berkelanjutan untuk menjaga loyalitas konsumen dan meningkatkan jumlah pengguna jasa di masa mendatang. Pernyataan ini selaras dengan pendapat (Hulima et al., 2021) mendefinisikan bahwa harga merupakan sejumlah uang yang dikeluarkan untuk sebuah produk atau jasa, atau sejumlah nilai yang ditukarkan oleh konsumen untuk memperoleh manfaat atau kepemilikan atau penggunaan atas sebuah produk atau jasa. Untuk memahami bagaimana fenomena harga terjadi pada CV. Sinar Wisata, dapat ditinjau melalui data yang disajikan pada tabel berikut:

Tabel 1.3
Harga Layanan Transportasi Travel

Nama Produk	Harga CV. Sinar Wisata	Harga Hikmah Travel
Dhamasraya-sijunjung	100.000	85.000
Dhamasraya-solok	120.000	100.000
Dhamasraya-padang	140.000	120.000

Sumber: CV. Sinar Wisata Tahun (2025)

CV. Sinar Wisata menawarkan layanan transportasi darat dengan tarif yang bervariasi tergantung pada jarak dan tujuan perjalanan. Berdasarkan data harga, terlihat bahwa Harga CV. Sinar Wisata lebih mahal dibandingkan dengan mobil Hikmah Travel rute Dhamasraya–Sijunjung memiliki tarif paling rendah sebesar Rp100.000 sedangkan Hikmah Travel seharga Rp. 85.000, diikuti oleh Dhamasraya–Solok seharga Rp120.000 sedangkan Hikmah Travel seharga Rp. 100.000, dan tarif tertinggi dikenakan pada rute Dhamasraya–Padang sebesar Rp140.000 sedangkan Hikmah Travel seharga Rp. 120.000. Variasi harga ini mencerminkan kebijakan perusahaan yang menyesuaikan tarif dengan jarak tempuh dan kemungkinan biaya operasional yang dikeluarkan

Harga jasa travel mobil sering mengalami fluktuasi yang signifikan, baik kenaikan maupun penurunan, yang berdampak pada konsumen dan pelaku usaha. Kenaikan harga umumnya disebabkan oleh meningkatnya biaya operasional, terjadinya kenaikan harga karena lokasi penjemputan jauh dari lokasi penjemputan, naiknya harga bahan bakar minyak (BBM), Selain itu, momen-momen tertentu seperti musim liburan, hari raya, dan akhir pekan menyebabkan lonjakan permintaan yang mendorong tarif naik secara temporer. Di sisi lain, penurunan harga terjadi ketika permintaan melemah, terutama pada hari kerja atau di luar musim liburan. Persaingan yang ketat antar penyedia jasa travel juga membuat sebagian pelaku usaha menurunkan tarif demi menarik konsumen. Tidak jarang, digitalisasi dan efisiensi sistem operasional membuat penyedia jasa mampu menawarkan harga yang lebih rendah dengan tetap menjaga margin keuntungan. Fluktuasi harga ini menimbulkan ketidakpastian bagi konsumen dan menyulitkan pelaku usaha dalam merancang strategi jangka panjang. Dari

fenomena harga ini, dapat diasumsikan bahwa CV. Sinar Wisata berusaha menetapkan tarif yang kompetitif dan terjangkau agar tetap menarik bagi konsumen di tengah persaingan industri transportasi darat yang ketat. Atau dapat didefinisikan secara luas harga sebagai jumlah nilai yang ditukarkan konsumen untuk keuntungan memiliki dan menggunakan produk atau jasa yang memungkinkan perusahaan mendapatkan laba yang wajar dengan cara dibayar untuk nilai konsumen yang diciptakannya (Gunarsih et al., 2021)

Berdasarkan Penyebaran Kusioner yang telah dilakukan kepada beberapa konsumen CV Sinar Wisata terdapat konsumen merasa cocok dengan harga yang telah ditetapkan. Namun demikian, tingkat kepuasan konsumen terhadap harga tidak hanya bergantung pada nominal tarif, tetapi juga pada persepsi nilai yang diterima. Jika konsumen merasa layanan yang diberikan – seperti kenyamanan, ketepatan waktu, dan keramahan staf – sebanding atau lebih tinggi dari harga yang dibayarkan, maka tingkat kepuasan akan meningkat. Sebaliknya, bila harga dianggap tidak sebanding dengan kualitas layanan, maka dapat menimbulkan ketidakpuasan dan berpotensi menurunkan loyalitas konsumen. Fenomena ini menekankan pentingnya keseimbangan antara harga dan kualitas layanan agar CV. Sinar Wisata tetap kompetitif dan mampu mempertahankan serta meningkatkan jumlah konsumennya.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Aryani et al., 2023), menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Temuan ini juga relevan dalam konteks jasa transportasi, termasuk layanan yang disediakan oleh CV. Sinar Wisata. Dalam industri transportasi darat, keberhasilan perusahaan tidak hanya ditentukan oleh keterjangkauan tarif dan rute layanan,

tetapi juga oleh kualitas pelayanan yang diberikan kepada penumpang. Dengan demikian, harga yang kompetitif harus diimbangi dengan pelayanan yang berkualitas, seperti ketepatan waktu keberangkatan, kenyamanan armada, serta keramahan dan profesionalisme staf. Kombinasi antara harga yang sesuai dan pelayanan yang memuaskan akan menciptakan pengalaman perjalanan yang menyenangkan dan terpercaya bagi konsumen.

Kualitas pelayanan adalah suatu cara kerja perusahaan yang berusaha mengadakan perbaikan mutu secara terus menerus terhadap proses produk dan service yang dihasilkan perusahaan, sedangkan pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada satu produk fisik. Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri. (Deali, 2021) Sedangkan (Sambara et al., 2021) kualitas pelayanan adalah tingkat kualitas yang diharapkan oleh konsumen untuk memenuhi keinginan konsumen, jika konsumen merasakan jasa atau pelayanan yang diterimanya dapat memenuhi apa yang diharapkan atau bahkan melampaui harapannya, maka kualitas jasa atau pelayanan tersebut di persepsikan baik, prima dan memuaskan. Sebaliknya apabila jasa atau pelayanan yang diberikan kepada konsumen tidak mampu memenuhi apa yang diharapkan konsumen, maka kualitas jasa tersebut dipersepsikan buruk..

Berdasarkan hasil penyebaran Kusioner terhadap operasional CV. Sinar Wisata sebagai penyedia jasa transportasi darat, ditemukan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan masih memiliki beberapa aspek yang perlu ditingkatkan. Beberapa konsumen mengapresiasi kenyamanan kendaraan yang digunakan dan keramahan sopir selama perjalanan. Namun, terdapat juga keluhan terkait ketidaktepatan waktu keberangkatan dan kedatangan, kurangnya informasi yang jelas mengenai jadwal, serta respons layanan konsumen yang dianggap lambat ketika terjadi kendala dalam perjalanan. Selain itu, fasilitas kendaraan yang disediakan belum sepenuhnya memenuhi ekspektasi seluruh penumpang, seperti ketersediaan AC yang tidak selalu optimal dan kebersihan kendaraan yang terkadang kurang diperhatikan. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun CV. Sinar Wisata telah berupaya memberikan pelayanan yang baik, konsistensi dalam kualitas layanan masih menjadi tantangan utama.

Fenomena ini mencerminkan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor krusial dalam membentuk kepuasan dan loyalitas konsumen. konsumen jasa transportasi tidak hanya mempertimbangkan harga, tetapi juga menilai pengalaman keseluruhan selama menggunakan layanan, mulai dari kemudahan pemesanan, ketepatan waktu, kenyamanan perjalanan, hingga sikap dari staf dan pengemudi. Untuk tetap kompetitif di tengah persaingan industri transportasi darat yang ketat, CV. Sinar Wisata perlu melakukan perbaikan berkelanjutan terhadap kualitas pelayanannya agar mampu memenuhi dan bahkan melampaui ekspektasi konsumen. Fenomena diatas juga didukung dengan prasurvey kepada konsumen CV, Sinar Wisata sebanyak 30 orang dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 1.4 Prasurvey Kualitas Pelayanan

No	Pertanyaan	Setuju	Tidak Setuju
1	Apakah mudah untuk melakukan pemesanan transportasi di CV. Sinar Wisata?	14 (47%)	16 (53%)
2	Apakah transportasi CV. Sinar Wisata tepat waktu dalam penjemputan maupun pengantaran?	13 (43%)	17 (53%)
3	Apakah terdapat kenyamanan saat menggunakan jasa transportasi CV. Sinar Wisata?	20 (67%)	10 (33%)

Sumber: Prasurvey tahun (2025)

Berdasarkan hasil survei terhadap 30 responden, mayoritas konsumen menilai kemudahan dalam melakukan pemesanan transportasi di CV. Sinar Wisata cukup baik, dengan 14 orang menyatakan setuju dan 16 orang tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen merasa proses pemesanan masih cukup mudah, namun masih ada sekitar sepertiga konsumen yang mengalami kesulitan. Selanjutnya, mengenai ketepatan waktu dalam penjemputan dan pengantaran, sebanyak 13 responden menyatakan setuju bahwa CV. Sinar Wisata tepat waktu, sementara 17 responden merasa sebaliknya. Ini mengindikasikan bahwa mayoritas konsumen puas dengan aspek ketepatan waktu layanan, meskipun masih terdapat sebagian kecil yang kurang puas. Terakhir, dalam hal kenyamanan saat menggunakan jasa transportasi CV. Sinar Wisata, 20 dari 30 responden menyatakan setuju bahwa mereka merasakan kenyamanan, sedangkan 10 responden tidak setuju. Ini menunjukkan bahwa aspek kenyamanan menjadi keunggulan layanan yang dirasakan oleh mayoritas konsumen.

Fenomena ini mencerminkan bahwa secara umum, konsumen cukup puas dengan layanan CV. Sinar Wisata terutama dari segi kenyamanan dan ketepatan waktu, meskipun kemudahan pemesanan masih perlu perhatian lebih agar dapat memenuhi harapan seluruh konsumen. Berdasarkan penelitian yang di lakukan

oleh Haris (2023), Silvia & Arifiansyah (2023) dan Pratama & Irnawati (2023) yang mana hasil penelitian menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan uraian diatas, harga dan kualitas pelayanan merupakan variabel yang saling berkaitan dan memiliki dampak signifikan terhadap kepuasan konsumen memahami pengaruh ke dua variabel ini akan membantu manajemen CV.Sinar Wisata dalam merumuskan pengembangan konsumen yang lebih efektif. dalam konteks ini penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi Pengaruh harga dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen. menggunakan jasa travel CV.Sinar wisata.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen CV.Sinar Wisata?
2. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen CV.Sinar Wisata?
3. Apakah Harga dan Kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan konsumen CV.Sinar Wisata?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen CV.Sinar Wisata.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen CV.Sinar Wisata.

3. Untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen CV.Sinar Wisata.