I. PENDAHULUAN

1.1. LATAR BELAKANG MASALAH

Jasa transportasi bus adalah merupakan kebutuhan yang sangat vital bagi masyarakat luas khususnya golongan bawah untuk kebutuhan transportasi di dalam kota khususnya dan di luar Surabaya pada umumnya. Dengan adanya jasa transportasi ini maka para pengguna jasa dapat memperoleh manfaat yang besar dan murah untuk bepergian kemana-mana untuk menunjang kegiatan hidup sehari-hari. Mereka terhindar dari beban untuk menanggung seluruh risiko perjalanan yang membutuhkan biaya yang mahal karena pemakai jasa ini kurang mampu menyediakan sarana transportasi mereka masing-masing sendiri secara pribadi. Manfaat lainnya dengan kehadiran bus kota adalah mampu untuk membantu mengurangi kepadatan lalu lintas dan melancarkan arus lalu lintas di dalam dan luar kota.

Sekalipun pemanfaatan jasa transportasi bus ini untuk keperluan transportasi antar kota oleh masyarakat sudah bersifat umum, namun perkembangan di lapangan masih menunjukkan kecenderungan yang relatif berbeda dari sekedar kepada efisiensi yang bertujuan menekan biaya yang tinggi pihak masyarakat. Usaha-usaha untuk memperbaiki faktor yang terkait dengan operasional bus ini terus telah dilakukan khususnya oleh pihak perusahaan angkutan bus. Pihak manajemen juga telah memiliki kecenderungan untuk memperhatikan kualitas pelayanan bus Patas dengan menerapkan standar mutu operasional dan pelayanan serta usaha-usaha secara berhati-hati menjaga kualitas mutu yang dipersyaratkan dengan baik. Pada umumnya penetapan kualitas pelayanan ini dilakukan sesuai dengan perkembangan dan tuntutan konsumen yang menghendaki pelayanan lebih baik.

Kondisi angkutan umum di Jawa Timur saat ini cukup memprihatinkan. Permintaan terhadap angkutan umum jauh lebih sedikit dibandingkan penawaran jumlah angkutan, akibat turunnya jumlah penumpang atau pengguna jasa angkutan umum. Pemicu kondisi ini adalah tidak optimalnya trayek angkutan umum yang ada. Selama ini, sejumlah pengguna jasa angkutan umum tidak dapat langsung tiba di tempat tujuan karena tidak adanya trayek langsung ke jurusan tersebut. Pengguna jasa harus berganti-ganti kendaraan angkutan umum, sebelum

akhirnya tiba di tempat tujuan. Akibatnya, masyarakat memilih untuk membeli kendaraan roda dua yang lebih fleksibel, seiring murahnya harga sepeda motor.

Sejumlah pengusaha angkutan umum, terutama bus antar kota, memilih untuk mengoperasikan kendaraan mereka secara rutin untuk menghindari kerugian dalam jangka panjang. Berdasarkan catatan Dinas lalu Lintas Angkutan Jalan (DLLAJ) Jatim, pada hari Selasa-Jumat yang cenderung sepi penumpang, hanya 40 persen dari total bus antarkota yang beroperasi. Jumlah ini meningkat pada hari Sabtu-Senin, yaitu hingga mencapai 60 persen. (www.kompas.com, 2003)

Dari data DLLAJ Jatim pada tahun 2003, jumlah bus antar kota yang beroperasi di Jatim 4.020 unit dengan 180 trayek yang dikelola oleh 150 perusahaan otobus. Bus antar kota Patas berjumlah 302 unit, sedangkan bus kota 422 unit yang dikelola oleh 34 perusahaan dengan 26 trayek. Mikrobus dan mobil penumpang umum (MPU) di Jatim tercatat 8.465 unit dengan 184 trayek, yang rata-rata dimiliki oleh perorangan. (www.kompas.com, 2003)

Oleh karena itu, pada saat ini DLLAJ Jatim memberlakukan kebijakan khusus yang menyangkut penambahan jumlah angkutan umum. Kebijakan tersebut adalah penghentian penambahan kendaraan untuk trayek utama antar kota dan pengutamaan angkutan dalam kota yang memiliki kapasitas besar.

Secara umum, mekanisme penambahan jumlah kendaraan pada suatu trayek masih berpegang pada kondisi *load factor* pada trayek tersebut. Bila *load factor* lebih dari 70 persen, maka dapat dilakukan penambahan jumlah kendaraan. (www.kompas.com, 2003)

Saat ini DLLAJ Jatim hanya memiliki kewenangan memberikan izin trayek angkutan umum Antar kota Dalam Propinsi (AKDP) atas nama gubernur. Said Sutomo, Koordinator YLPK Jatim, mengatakan, yang terjadi dalam pengurusan izin trayek saat ini adalah berkembangnya tarif tidak resmi. Pengusaha yang diberi beban berlebihan dalam pengurusan izin trayek melimpahkan beban itu kepada konsumen berupa tarif yang tinggi. Selain itu, selama ini penambahan trayek yang tidak dipublikasikan secara transparan terkesan muncul dari sisi pengusaha, bukan dari sisi konsumen. Masyarakat sulit mengontrol penyimpangan yang terjadi di

lapangan, termasuk saat masyarakat diberi beban yang berlebihan. (www.kompas.com, 2003)

Bus Patas jurusan Surabaya Malang memiliki beberapa keunggulan dibandingkan dengan bus umum. Keunggulan itu seperti hanya berhenti pada pos-pos tertentu (tidak berhenti di sembarang tempat), fasilitas lebih lengkap (TV, AC, Tape, dan VCD) serta hanya melalui jalur tol Surabaya – Gempol.

Kehadiran sarana angkutan kota bus PATAS jurusan Surabaya – Malang sesungguhnya adalah untuk kebutuhan menjawab tuntutan masyarakat luas akan pelayanan jasa transportasi yang lebih nyaman dan berkualitas tinggi. Kualitas atau mutu pelayanan yang ditentukan oleh berbagai keunggulan dan kelebihan yang ditawarkan oleh pihak perusahaan seperti: ketepatan waktu, kenyamanan, keamanan, harga dan lain sebagainya. Bus PATAS jurusan Surabaya - Malang dioperasikan dengan tujuan sebenarnya agar dapat melayani konsumen kelas menengah yang saat ini cukup meningkat populasinya di perkotaan dan mampu memberikan peluang bisnis yang baik sehubungan dengan kemampuan atau daya beli mereka yang lebih tinggi dibandingkan dengan bus konvensional yang telah lama beroperasi. Dengan demikian dengan harga yang relatif lebih tinggi maka diharapkan pihak perusahaan mendapatkan margin laba yang memadai. Namun perlu untuk diperhatikan jasa transportasi bus Patas memiliki sejumlah pesaing seperti: Taksi, Angkutan Umum dan lain-lainnya yang memiliki keunggulan dalam pelayanan yang lebih baik. Sedangkan bus Patas hanya dapat dioperasikan melalui jalur-jalur tertentu yang berada dalam kelompok jalur utama dan harus melalui jalan-jalan raya yang mampu menampung kehadiran kendaraan yang berukuran besar tersebut. Di dalam era persaingan dewasa ini perubahan dalam strategi bersaing harus terus dipertimbangkan dan dievaluasi sehubungan mengantisipasi perubahan lingkungan dan kehidupan di masyarakat luas yang terus berkembang dan berubah setiap saat.

Persaingan di perusahaan jasa angkutan terutama bus Patas yang semakin ketat ini menyebabkan pihak perusahaan tersebut terus membenahi diri dalam meningkatkan kualitas layanan agar dapat memenangkan persaingan. Usaha-usaha pemasaran produk jasa dengan memperhatikan masalah faktor-faktor produk, harga, orang, dan proses adalah terkait dengan pertimbangan dari pihak perusahaan terhadap analisis perubahan perilaku membeli konsumen setiap saat

yang perlu untuk diwaspadai dampaknya terhadap perkembangan kehidupan perusahaan. Selain itu, penulis ingin mengetahui lebih lanjut faktor-faktor apa yang dapat menjadi pilihan konsumen pemakai jasa transportasi bus Patas jurusan Surabaya – Malang.

1.2. RUMUSAN MASALAH

Berikut ini atas dasar uraian latar belakang di atas maka dapat dirumuskan masalah penelitian yang akan dilakukan adalah sebagai berikut:

Manakah faktor-faktor dari produk (jumlah penumpang sesuai dengan kapasitas tempat duduk), harga (penetapan harga sesuai dengan fasilitas), orang (sikap sopir yang berhati-hati dalam mengendarai bus), proses (kedatangan ataupun keberangkatan bus tepat waktu yang dapat menjadi pilihan konsumen pemakai jasa transportasi Bus PATAS jurusan Surabaya-Malang?

1.3. TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas maka dapat ditetapkan tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

Untuk mengetahui faktor-faktor dari produk (jumlah penumpang sesuai dengan kapasitas tempat duduk), harga (penetapan harga sesuai dengan fasilitas), orang (sikap sopir yang berhati-hati dalam mengendarai bus), dan proses (kedatangan ataupun keberangkatan bus tepat waktu yang dapat menjadi pilihan konsumen pemakai jasa transportasi Bus PATAS jurusan Surabaya-Malang.

1.4. MANFAAT PENELITIAN

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah serta tujuan penelitian di atas maka dapat ditetapkan manfaat penelitian adalah sebagai berikut :

1. Bagi Penulis

Diharapkan hasil kajian dapat sebagai bahan masukan yang dapat menambah atau memperkaya atau memperluas wawasan di bidang ilmu pengetahuan khususnya pada bidang ilmu manajemen pemasaran dan perilaku konsumen pada umumnya.

2. Bagi Perusahaan

Diharapkan hasil kajian dapat memberikan manfaat bagi para praktisi di lapangan khususnya bagi pihak perusahaan-perusahaan dan pihak-pihak lainnya yang terlibat dalam bisnis jasa transportasi perkotaan khususnya di kota Surabaya dan Malang.

3. Bagi Mahasiswa

Diharapkan sebagai bahan masukan bagi para peneliti selanjutnya yang ingin dan akan melakukan kajian yang sejenis dengan tujuan memperluas atau melanjutkan serta mengembangkan bidang kajian yang sudah ada.