

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemacetan lalu lintas di jalan raya Jakarta merupakan tantangan utama perkotaan. MRT Jakarta (2021) menyatakan bahwa indeks kemacetan Jakarta pada tahun 2021 berada di peringkat ke-46 dari 404 kota yang diteliti di 58 negara di enam benua. Peringkat ini mencakup semua kota. Peringkat tersebut menunjukkan bahwa kemacetan lalu lintas di Jakarta secara konsisten membaik selama empat musim terakhir. Pada tahun 2020, Jakarta berada di peringkat ke-31, namun pada tahun 2019, Jakarta menempati posisi ke-10. Jakarta menduduki peringkat ketujuh dan keempat sebagai kota termacet di dunia pada tahun 2018 dan 2017. Dilansir oleh GoodStats (2024), peringkat kemacetan Jakarta kembali naik, menjadi posisi ke-29 sebagai ibu kota dengan kemacetan terburuk di dunia pada tahun 2022 dan pada tahun 2023 Jakarta kembali membaik di peringkat ke-30. Tingkat kemacetan di Jakarta tercatat mencapai 53%, dengan waktu terbuang sekitar 117 jam per tahun bagi setiap pengendara. Pada jam-jam sibuk, kecepatan rata-rata kendaraan di jalanan ibu kota hanya mencapai 21 km per jam, yang menandakan perlunya solusi efektif untuk mengatasi kepadatan lalu lintas yang semakin mengganggu kualitas hidup dan produktivitas masyarakat.

Setiap tahunnya, pemerintah terus berupaya mengimplementasikan berbagai kebijakan dan proyek untuk mengurangi kemacetan di Jakarta. Saat ini, perkembangan infrastruktur transportasi di Jakarta telah menunjukkan kemajuan

yang signifikan dibandingkan dengan sebelumnya. Upaya pemerintah dalam meningkatkan kualitas layanan transportasi terlihat melalui berbagai proyek yang dilakukan, seperti renovasi terminal bus dan stasiun, pembangunan MRT, peningkatan armada TransJakarta, serta perbaikan jalan (B. F. Setiawan et al., 2024). Dalam studi yang dilakukan oleh Mu'allimah dan Mashpufah (2022), disebutkan bahwa penerapan kebijakan ganjil-genap, pembangunan proyek Mass Rapid Transit (MRT), dan peningkatan armada bus TransJakarta adalah beberapa langkah yang diambil pemerintah untuk memperbaiki sistem transportasi dan mengurangi kepadatan lalu lintas.



Gambar 1.1 Perkembangan Transportasi Jakarta

Sumber: bps.go.id

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Provinsi Jakarta (2024) pada Gambar 1.1 di atas Q terlihat adanya peningkatan jumlah pengguna transportasi umum di Jakarta. Data menunjukkan bahwa pada Januari 2024, jumlah penumpang MRT mencapai 3.143.854 orang, meningkat 3,54% dibandingkan bulan sebelumnya dan 23,76% secara tahunan. Meskipun jumlah penumpang LRT Jakarta mengalami sedikit penurunan sebesar 1,60% secara bulanan, secara tahunan angka tersebut mengalami peningkatan 33,71%. Peningkatan terbesar terjadi pada layanan TransJakarta yang berhasil mencatat jumlah penumpang hingga 30.934.491 orang di bulan Januari 2024, meningkat 6,83% dibandingkan bulan sebelumnya dan mengalami lonjakan sebesar 54,66% dibandingkan Januari 2023. Berdasarkan laporan GoodStats (2024), jumlah penumpang TransJakarta secara konsisten meningkat, mulai dari 20,01 juta pengguna pada Januari 2023 hingga mencapai 31,62 juta pengguna pada Juni 2024. Peningkatan pengguna transportasi umum khususnya TransJakarta menunjukkan bahwa semakin banyak warga Jakarta yang beralih dari kendaraan pribadi ke transportasi publik untuk aktivitas sehari-hari. Preferensi ini tidak hanya mencerminkan pergeseran perilaku masyarakat tetapi juga berpotensi besar dalam mengurangi kemacetan Jakarta di masa depan.

Kehadiran Bus TransJakarta membuat masyarakat semakin antusias menggunakan transportasi publik. Hal ini karena Bus TransJakarta memiliki kapasitas besar untuk menampung penumpang dan telah menyediakan banyak halte di berbagai wilayah di Jakarta, yang dapat memudahkan perjalanan para penumpang. Dengan banyaknya rute yang disediakan oleh PT TransJakarta, bus ini menjadi pilihan utama bagi masyarakat untuk mendukung mobilitas di Jakarta

(Sukma, 2022). Selain itu, TransJakarta juga semakin diminati karena memiliki tarif yang terjangkau hanya Rp 3.500 sekali jalan di semua koridor selama jam operasional, memiliki jalur khusus (koridor) yang terpisah dari jalur kendaraan lainnya, serta memiliki jadwal yang teratur, sehingga hal ini dapat mengefisienkan waktu, sehingga Bus TransJakarta bisa menjadi alternatif untuk mengurangi kemacetan ibu kota Jakarta (Rosyidi, 2024).

Dengan penurunan kemacetan di Jakarta yang semakin membaik dan meningkatnya jumlah pengguna TransJakarta dari tahun ke tahun, pemerintah perlu berupaya meningkatkan kepuasan pelanggan untuk mempertahankan loyalitas mereka. Kualitas layanan, kepercayaan pelanggan, dan nilai yang dirasakan merupakan faktor penting yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap merek atau layanan tertentu, serta kesetiaan mereka terhadap merek atau layanan tersebut. Karakteristik ini meningkatkan pandangan pelanggan terhadap produk atau layanan, sehingga berkontribusi pada pengalaman yang unggul dari sudut pandang pelanggan. Konsumen sering kali mengembangkan loyalitas ketika puas dengan layanan yang diterima, sehingga meningkatkan hubungan jangka panjang antara pelanggan dan penyedia layanan.

(Theresia dan Briliana, 2021) mendeskripsikan kualitas layanan sebagai penilaian standar kinerja yang unggul dari sudut pandang pengguna, yang secara terus menerus memenuhi atau melampaui tingkat kepuasan klien. Kualitas pelayanan dapat dikonseptualisasikan sebagai suatu kondisi dinamis yang mencakup beberapa atribut seperti produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan

sekitar. Kualitas layanan dinilai setiap saat layanan publik diberikan (Prabantari, 2020).



Gambar 1.2 Keluhan Pengguna Terhadap layanan Bus TransJakarta

Sumber: x.com

Gambar 1.2 menunjukkan contoh keluhan pengguna TransJakarta yang disampaikan melalui laman X, dimana mereka mengungkapkan ketidakpuasan terhadap layanan yang diberikan. Salah satu keluhan yang disampaikan adalah tidak adanya prioritas untuk penumpang yang membawa anak, serta kekecewaan terhadap sikap petugas bus TransJakarta yang dianggap kurang ramah terhadap penumpang. Dalam penelitian, Rachmadyaningrum et al (2022) mengevaluasi kualitas layanan TransJakarta dengan mempertimbangkan beberapa aspek penting, seperti kebersihan dan kenyamanan halte, standar kelayakan bus untuk beroperasi, ketepatan waktu pada jadwal kedatangan bus TransJakarta, serta kualitas pelayanan dari petugas bus TransJakarta. Evaluasi terhadap petugas meliputi penampilan fisik, sikap, dan perilaku mereka, termasuk ketanggapan dalam membantu pengguna dan menyampaikan informasi tentang layanan TransJakarta, di mana layanan yang baik

menjadi kunci dalam menciptakan pengalaman positif bagi para pengguna TransJakarta.

Kepercayaan pelanggan terhadap layanan yang diberikan merupakan elemen penting dalam membangun hubungan yang langgeng antara konsumen dan penyedia layanan. Kemampuan penyedia layanan untuk menanggapi permintaan klien, konsistensi layanan mereka, dan transparansi informasi mereka semua dapat mendorong pembentukan kepercayaan. Resika et al (2019) menyatakan bahwa kepercayaan akan terbentuk antara pihak-pihak yang tidak saling mengenal melalui interaksi dan proses transaksional. Proses pembangunan kepercayaan ini tidak terjadi secara instan, melainkan memerlukan upaya yang berkelanjutan dari pihak penyedia layanan untuk menunjukkan komitmen dan integritas mereka. Ketika seorang pelanggan merasa yakin akan kinerja sistem yang mereka gunakan, mereka akan lebih cenderung untuk berpartisipasi secara aktif dan mempercayai kebutuhan transportasi mereka pada layanan tersebut.



Gambar 1.3 Sikap ketidakpercayaan Pengguna terhadap Bus TransJakarta

Sumber: x.com

Gambar 1.3 menunjukkan contoh ketidakpercayaan pengguna terhadap layanan Bus TransJakarta yang disampaikan pada laman X. Beberapa pengguna mengungkapkan kekecewaan mereka terkait pelayanan petugas yang dinilai tidak efisien, sehingga banyak dari mereka memilih untuk menggunakan sepeda motor sebagai alternatif transportasi untuk bekerja. Selain itu, ada pula yang menyatakan bahwa lebih baik menggunakan layanan taksi Bluebird atau membayar orang untuk mengantar atau menjemput, daripada harus bergantung pada transportasi umum, khususnya Bus TransJakarta. Kepercayaan yang dapat dibangun oleh Bus TransJakarta melalui pengalaman langsung saat menggunakan layanannya, seperti interaksi dengan petugas, kondisi dari Bus TransJakarta, dan situasi di halte TransJakarta. Transparansi informasi, seperti penyampaian informasi yang jelas dan akurat tentang jadwal, tarif, dan kebijakan layanan sangat penting. Serta reputasi dibenak Masyarakat dan rekomendasi positif dari pengguna lain juga akan mempengaruhi kepercayaan. Membangun kepercayaan bukan hanya sekadar strategi pemasaran, tetapi juga merupakan fondasi yang penting dalam menciptakan hubungan yang saling menguntungkan antara pengguna dan penyedia layanan.

Menurut Agustina dan Samsudin (2024), nilai yang dirasakan konsumen berkaitan dengan penilaian mereka terhadap keunggulan layanan yang ditawarkan oleh suatu perusahaan. Dalam definisi tersebut, konsumen akan memperhitungkan manfaat yang mereka peroleh dibandingkan dengan pengorbanan yang harus diberikan, serta membandingkannya dengan penawaran dari pesaing. Apabila layanan yang diterima tidak memenuhi harapan, maka konsumen cenderung akan beralih ke pesaing yang menawarkan nilai lebih baik. Damayanti (2020)

menambahkan bahwa jika harga suatu produk tidak sebanding dengan nilai yang diterima oleh konsumen, hal ini dapat mengakibatkan rendahnya nilai yang mereka rasakan.



Gambar 1.4 Keluhan pengguna TransJakarta yang memilih menggunakan alternatif transportasi lain dibandingkan Bus TransJakarta.

Sumber: x.com

Gambar 1.4 menunjukkan contoh keluhan pengguna Bus TransJakarta terkait lamanya waktu yang dibutuhkan untuk perjalanan jika menggunakan Bus TransJakarta, yang disampaikan melalui unggahan di laman X, dimana pengguna mengungkapkan ketidakpuasan mereka atas durasi perjalanan yang dianggap terlalu lama dibandingkan dengan alternatif transportasi lainnya. Nilai yang dirasakan oleh pengguna layanan transportasi umum, seperti TransJakarta, dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kualitas layanan, yang mencakup aspek-aspek seperti ketepatan waktu, kenyamanan, dan keandalan armada bus. Selain itu,

harga tiket yang kompetitif juga penting, karena pengguna akan membandingkan biaya yang mereka bayar terhadap manfaat yang mereka peroleh pada pelayanan tersebut. Faktor lainnya yaitu, pelayanan pelanggan, termasuk interaksi dengan staf dan respon terhadap keluhan. Pengalaman pengguna yang positif dapat meningkatkan nilai yang dirasakan, sedangkan masalah dalam pelayanan dapat mengurangi kepuasan. Selain itu, fasilitas yang disediakan, seperti aksesibilitas dan kebersihan, berperan penting dalam menciptakan persepsi positif terhadap layanan. Jika TransJakarta tidak dapat memenuhi ekspektasi konsumen, maka ada kemungkinan besar bahwa pengguna akan mencari alternatif lain dalam bentuk layanan transportasi yang lebih memuaskan.

Penelitian ini sangat penting untuk melihat bagaimana kebahagiaan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas layanan, kepercayaan pelanggan, dan nilai yang dirasakan, dan bagaimana faktor-faktor ini bersama-sama menumbuhkan loyalitas pengguna. TransJakarta dapat mengidentifikasi area-area yang perlu diperbaiki untuk meningkatkan pengalaman pengguna, yang pada akhirnya akan mendorong peningkatan loyalitas pelanggan, dengan menggunakan wawasan dari interaksi di antara berbagai komponen. Loyalitas ini juga sangat penting dalam menciptakan kebiasaan mobilitas berkelanjutan yang dapat mengurangi kemacetan Jakarta dalam jangka panjang. Dengan meningkatnya jumlah pengguna yang setia kepada layanan TransJakarta, diharapkan akan terjadi pergeseran dari penggunaan kendaraan pribadi ke transportasi umum, yang tidak hanya mengurangi kepadatan lalu lintas tetapi juga berdampak positif pada lingkungan.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang komprehensif mengenai faktor-faktor penentu kepuasan dan loyalitas pelanggan, serta memberikan rekomendasi strategis untuk pengelolaan sistem transportasi publik di masa mendatang. Hasil penelitian ini dapat memberikan rekomendasi strategis untuk pengelolaan sistem angkutan umum di masa depan. Saran-saran ini kemungkinan akan mencakup pembentukan inisiatif untuk meningkatkan kualitas layanan, pelatihan personil, dan peningkatan kepercayaan pelanggan. Selain itu, rekomendasi ini diharapkan dapat memfasilitasi peraturan transportasi yang lebih berkelanjutan secara ekologis dan efisien. Hal ini dapat meningkatkan daya tarik angkutan umum, mengurangi kemacetan, dan secara substansial meningkatkan kondisi lingkungan Jakarta.

1.2 Pertanyaan Peneliti

Hasil dari latar belakang dan identifikasi masalah yang telah dijelaskan, maka dapat disimpulkan bahwa rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Apakah *service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*?
- 2) Apakah *customer trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*?
- 3) Apakah *perceived value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*?
- 4) Apakah *service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty*?

- 5) Apakah *customer trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty*?
- 6) Apakah *perceived value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty*?
- 7) Apakah *customer satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan hasil uraian pada rumusan masalah di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Untuk menganalisis pengaruh *service quality* terhadap *customer satisfaction*.
- 2) Untuk menganalisis pengaruh *customer trust* terhadap *customer satisfaction*.
- 3) Untuk menganalisis pengaruh *perceived value* terhadap *customer satisfaction*.
- 4) Untuk menganalisis pengaruh *service quality* terhadap *customer loyalty*.
- 5) Untuk menganalisis pengaruh *customer trust* terhadap *customer loyalty*.
- 6) Untuk menganalisis pengaruh *perceived value* terhadap *customer loyalty*.
- 7) Untuk menganalisis pengaruh *customer satisfaction* terhadap *customer loyalty*.

1.4 Manfaat Penelitian

Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat memberikan berbagai manfaat antara lain:

1. Manfaat Teoretis

Penelitian ini dapat meningkatkan pemahaman dan pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam metodologi penelitian, analisis data, dan penyusunan laporan akademis. Selain itu, penelitian ini memberikan kontribusi dalam pengetahuan yang lebih baik mengenai perilaku pelanggan dan manajemen transportasi. Dengan mengeksplorasi pengaruh kualitas layanan, kepercayaan pelanggan, dan nilai yang dirasakan terhadap kepuasan pelanggan, penelitian ini dapat memperdalam pemahaman tentang dinamika yang memengaruhi loyalitas pelanggan dalam konteks transportasi umum.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang berguna dan relevan bagi berbagai pihak. Manfaatnya tidak hanya untuk pengguna layanan transportasi umum, tetapi juga untuk pihak-pihak yang terlibat dalam industri transportasi dan pelayanan publik. Analisis yang diperoleh dapat memberikan rekomendasi bagi PT TransJakarta dalam merumuskan kebijakan dan strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan kualitas pelayanan, memperkuat kepercayaan pelanggan, serta menciptakan program-program yang dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan mengenai bagaimana meningkatkan pengalaman pengguna, yang pada akhirnya berujung pada peningkatan loyalitas pelanggan. Dengan meningkatnya jumlah pengguna yang setia kepada layanan

TransJakarta, diharapkan akan terjadi pergeseran dari penggunaan kendaraan pribadi ke transportasi umum, yang tidak hanya mengurangi kemacetan tetapi juga berdampak positif pada lingkungan. Penelitian ini juga diharapkan dapat mendukung kebijakan transportasi yang lebih berkelanjutan dan efisien, serta meningkatkan daya tarik transportasi umum di Jakarta.



Intelligentia - Dignitas