

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Observasi

1.1.1 Sejarah Perusahaan dan Objek Observasi

Taksi Blue Bird lahir sejak tahun 1972 terinspirasi dari dongeng di Eropa tentang harapan dan doa seorang gadis untuk mendapatkan kebahagiaan yang akhirnya terkabul berkat kebaikan seekor burung biru. Perusahaan transportasi terdepan yang memenuhi harapan dan cita-cita bukan hanya bagi pendiri almarhumah Ny. Mutiara Djokosoetono tapi juga bagi ribuan karyawan.

Cikal bakal perusahaan ini yaitu layanan Golden Bird, yang kemudian dikenal sebagai Chandra Taksi, sebagai sebuah perusahaan penyedia jasa sewa mobil yang khusus melayani para jurnalis asing serta pelanggan lain yang berkunjung ke Jakarta. Berdasarkan pengalaman tersebut, maka tak perlu waktu lama bagi perusahaan untuk mendapatkan izin usaha mengelola perusahaan taksi.

Bemula dari hanya 25 taksi di tahun 1972, Blue bird 'muda' didirikan untuk menyediakan alternatif jasa transportasi berkualitas yang memang belum ada pada waktu itu. Blue bird menjadi pelopor pengenaan tarif taksi berdasarkan sistem argo, serta melengkapi seluruh armadanya yang ber-AC dengan radio komunikasi. Untuk mempertahankan kualitas pelayanan, perusahaan membangun sejumlah bengkel khusus untuk merawat armadanya.

Setelah sukses berbisnis di layanan taksi reguler Blue Bird, dan taksi Limousine Golden Bird, serta usaha sewa mobil, perusahaan kemudian mengembangkan usaha bus *carter* bernama Big Bird pada tahun 1979. Pada 1993 Blue Bird pun menghadirkan layanan taksi eksekutif Silver Bird. Setelah lebih dari satu dekade, Blue Bird Group kini memiliki empat divisi utama.

Pengalaman panjang mengelola bisnis transportasi mendukung upaya perusahaan mengembangkan teknologi baru dan mengelola sumber daya manusia agar tetap unggul. Dari kantor pusatnya di Jakarta, perusahaan telah berkembang pesat merambah bisnis lainnya dengan tetap memperhatikan layanan pelanggan sebagai pedoman.

Gambar 1.1

Logo Perusahaan Blue Bird Group



Sumber : www.google.com

Blue Bird Group adalah kelompok usaha yang melayani segala kebutuhan transportasi. Bagi banyak warga Jakarta dan kota-kota besar di Indonesia, Blue Bird Group bukan hanya sekadar perusahaan taksi tapi menjadi bagian dari gaya hidup. Hal tersebut terwujud dengan visi dan misi yang dimiliki oleh perusahaan, yaitu:

1. Visi

Menjadi Perusahaan yang mampu bertahan dan mengedepankan kualitas untuk memastikan kesejahteraan yang berkelanjutan bagi para stakeholder.

2. Misi

Tujuan kita adalah tercapainya kepuasan pelanggan, dan mengembangkan serta mempertahankan diri sebagai pemimpin pasar di setiap kategori yang kita masuki. Dalam transportasi darat, kita menyediakan layanan yang handal, dan berkualitas tinggi dengan penggunaan sumber daya yang efisien dan kita melakukannya sebagai satu tim yang utuh.

Kini armada Blue Bird Group telah mencapai 26,000 yang tersebar di sejumlah kota besar di Indonesia. Kini layanan Blue Bird Group dapat dinikmati termasuk Jakarta dan sekitarnya, Bali, Bandung, Banten, Batam, Lombok, Manado, Medan, Pekanbaru, Palembang, Semarang, Solo, Surabaya dan Yogyakarta. Juga di jantung pusat bisnis dan tujuan wisata di seluruh negeri.

Melayani lebih dari 8,5 juta penumpang setiap bulannya, Blue Bird Group telah memperluas jenis layanannya, mulai dari taksi eksekutif (Silver Bird), layanan Limousine dan penyewaan

mobil (Golden bird), bus carter (Big bird), Logistik (Iron Bird Logistic), Industri (Restu Ibu Pusaka-Karoseri bus dan Pusaka Niaga Indonesia), Properti (Holiday Resort Lombok dan Pusaka Bumi Mutiara), Layanan Pendukung (Hermis Consulting-IT SAP, Pusaka Integrasi Mandiri-EDC, Pusaka GPS, Pusaka Buana Utama-SPBU) dan Alat Berat (Pusaka Andalan Perkasa dan Pusaka Bumi Transportasi).

Sebagian dari keberhasilan ini berkat kemampuan perusahaan menjaga kualitas pelayanan selama bertahun-tahun. Strategi penempatan armada serta kemudahan mendapatkannya, misalnya, telah membuat Blue Bird Group meraih predikat sebagai mitra transportasi yang handal dan terpercaya.

Gambar 1.2

Armada Taksi Blue Bird Reguler



Sumber : www.google.com

Termasuk untuk armada yang paling familiar dikalangan konsumen semua tingkatan yaitu taksi Blue Bird regular. Sejak awal berdiri armada ini bertahan dengan penyediaan jasa transportasi untuk kalangan konsumen. Jika New York terkenal dengan *yellow taxi* dan London dengan *black cab*, maka Jakarta dengan Blue Bird armada taksi biru yang selalu menghiasi jalanan Ibu kota yang sibuk setiap waktu. Hal tersebut memperlihatkan bahwa taksi Blue Bird regular telah menjadi salah satu gaya hidup untuk kalangan konsumen di Jakarta dan kota-kota lainnya di Indonesia termasuk di Bandung.

1.2 Latar Belakang

Persaingan dalam dunia bisnis sekarang ini semakin ketat tidak terkecuali dengan perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa, persaingan menuntut perusahaan membuat strategi untuk menarik minat beli konsumen terhadap produk yang dijual perusahaan. Apalagi dengan adanya globalisasi menimbulkan perdagangan bebas yang membuat dunia seolah tanpa batas. Banyak perusahaan dituntut untuk bersaing dengan perusahaan lain untuk menarik minat konsumen membeli produk yang dipasarkan perusahaan tersebut.

Dewasa ini bisnis dibidang jasa mengalami pertumbuhan yang semakin cepat. Semakin banyak ragam jasa yang ditawarkan kepada pelanggan dalam rangka memenuhi kebutuhan hidupnya. Berbagai macam strategi digunakan oleh perusahaan untuk menarik minat para konsumen membeli produk yang dipasarkan perusahaan. Menurut pendapat beberapa ahli, salah satunya menjelaskan bahwa jasa adalah setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh suatu pihak pada pihak lain dan pada dasarnya tidak berwujud, serta tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Proses produksinya tidak dikaitkan dengan produk fisik (Kotler dalam Buchory dan Saladin, 2010:151). Menurut Adrian Payne (2000:8) pemasaran jasa lebih mengedepankan aspek interaksi antara pihak konsumen dengan pemberi jasa, meskipun pihak-pihak tersebut tidak selalu menyadarinya.

Perkembangan yang dialami perusahaan taksi Blue Bird yang bergerak dalam bidang jasa transportasi merupakan gambaran kemajuan perusahaan. Hal tersebut terwujud dengan Visi dan Misi perusahaan yang menjadi patokan para karyawan perusahaan dalam bekerja supaya perusahaan semakin maju dan terus berkembang.

Pelayanan memegang peranan penting bagi perusahaan taksi Blue Bird. Hal tersebut menjadi hal pokok dalam mendukung bisnis yang dilakukan. Perusahaan memberikan kualitas pelayanan terbaik guna memberikan nilai yang positif pada konsumen dalam mendorong minat beli dari konsumen dan menimbulkan kepuasan kepada konsumen. Hal tersebut menjadi salah satu strategi yang membedakan dengan pesaing pasar. Menurut Jafar (2002:62) “kualitas jasa adalah bagaimana tanggapan konsumen terhadap jasa yang dibeli, dikonsumsi dan yang dirasakan”.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka observasi ini berusaha mengetahui dan menganalisis kualitas pelayanan yang diberikan dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada taksi Blue Bird. Maka penulis tertarik mengadakan observasi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Pada Taksi Blue Bird Reguler Di Kota Bandung”**

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang observasi yang telah dikemukakan sebelumnya, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tanggapan konsumen pada kualitas pelayanan taksi Blue Bird Reguler?
2. Bagaimana tanggapan konsumen atas keputusan pembelian yang dilakukan pada taksi Blue Bird Reguler?
3. Seberapa besar pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada taksi Blue Bird Reguler?

1.4 Tujuan Observasi

Adapun tujuan dari observasi ini diantaranya :

1. Mengetahui tanggapan konsumen pada kualitas pelayanan taksi Blue Bird Reguler.
2. Mengetahui tanggapan konsumen atas keputusan pembelian yang dilakukan pada taksi Blue Bird Reguler.
3. Mengetahui seberapa besar pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada taksi Blue Bird Reguler.

1.5 Kegunaan Observasi

Manfaat dari kegiatan observasi ini yaitu untuk mendapatkan korelasi antara kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian konsumen pada perusahaan taksi Blue Bird . Dan hasil observasi ini juga dapat bermanfaat bagi seluruh pihak diantaranya :

1. Bagi Penulis

Dengan melakukan observasi ini diharapkan penulis dapat lebih menyadari dan memahami tentang implementasi dari pelayanan didalam sebuah perusahaan serta dapat mengaplikasikan secara langsung teori-teori yang didapat semasa perkuliahan dalam dunia usaha secara nyata.

2. Bagi Perusahaan (Blue Bird Group)

Hasil dari pelaksanaan observasi ini diharapkan dapat digunakan sebagai pedoman dan saran pengembangan kegiatan pemasaran dan berguna untuk memperbaiki kinerja perusahaan terutama dalam hal pelayanan dan analisa keputusan pembelian konsumen sehingga dapat melakukan perubahan-perubahan positif untuk kedepannya.

3. Bagi Pembaca

Semoga hasil dari observasi ini dapat dijadikan sebagai sumber informasi yang berguna bagi pembaca dan menjadi rekomendasi untuk dapat direalisasikan di dunia kerja serta sebagai referensi untuk membuat karya ilmiah selanjutnya.

1.6 Sistematika Penulisan Laporan Tugas Akhir

Laporan ini terdiri dari 3 bab yang didalamnya mencakup hal-hal sebagai berikut:

1. BAB I : Pendahuluan

Pada bab ini membahas tentang gambaran umum objek observasi, latar belakang masalah yang akan dibahas, perumusan masalah, tujuan observasi, kegunaan observasi, dan sistematika penulisan laporan.

2. BAB II : Relevansi teori dan pembahasan

Pada bab ini membahas tentang teori pemasaran, jasa atau pelayanan, kualitas pelayanan, keputusan pembelian dan relevansi antara teori dengan pembahasan yang dilakukan.

3. BAB III : Kesimpulan dan saran

Pada bab ini berisi kesimpulan yang dapat diambil dari pembahasan observasi yang telah dilakukan penulis dan saran berisi tentang masukan-masukan dari hasil observasi yang diharapkan dapat menjadi pertimbangan pihak perusahaan untuk perbaikan perusahaan kedepannya.