BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Fasilitas Ruang Tunggu

Fasilitas-fasilitas yang ada di dalam terminal dapat dibedakan menjadi dua, yaitu fasilitas utama dan fasilitas penunjang.

a. Fasilitas Utama

Yang dimaksud fasilitas utama terminal adalah fasilitas yang mutlak ada di suatu terminal dalam rangka memberikan pelayanan bagi masyarakat, khususnya penumpang, calon penumpang, sopir, awak armada, maupun orang-orang yang memerlukan jasa terminal angkutan umum. Adapun yang dapat digolongkan sebagai fasilitas utama antara lain:

1) Jalur pemberangkatan angkutan umum

Jalur pemberangkatan ini disediakan bagi kendaraan angkutan umum penumpang untuk menaikkan penumpang (loading) dan untuk memulai perjalanan sesuai trayek yang ditentukan.

2) Jalur kedatangan kendaraan umum

Area yang disediakan bagi kedaraan angkutan umum penumpang untuk menurunkan penumpang (unloading) yang dapat pula merupakan akhir perjalanan.

3) Jalur tunggu kendaraan umum jalur

Pelataran yang disediakan bagi angkutan umum untuk bersiap menuju jalur pemberangkatan, yang juga dapat berfungsi sebagai tempat istirahat bagi angkutan umum beserta awaknya

4) Tempat tunggu penumpang

Tempat tunggu penumpang dapat berupa pelataran atau areal yang disediakan bagi calon penumpang yang akan melakukan perjalanan dengan angkutan umum.

b. Fasilitas Penunjang

Yang dimaksud sebagai pelengkap dalam pengoperasian terminal. Yang dimaksud dengan fasilitas pelengkap dalam suatu terminal antara lain:

1) Toilet

Toilet harus disediakan dalam jumlah yang cukup sesuai dengan kapasitas layanan terminal terhadap penumpang maupun awak armada angkutan umum, dan sedapat mungkin dalam keadaan bersih/layak pakai.

2) Tempat Ibadah

Tempat ibadah disediakan bagi penumpang maupun awak armada angkutan umum untuk menunaikan kewajibannya sebagai umat beragama.

3) Food court

Kantin/kios disediakan untuk memenuhi kebutuhan penumpang, awak armada angkutan umum, petugas terminal dan lainnya terhadap makanan, minuman, oleh-oleh dan lain-lain yang diperlukan selama perjalanan dalam angkutan umum.

4) Ruang Pengobatan

Ruang pengobatan disediakan untuk mengatasi keadaan darurat di lingkungan terminal, khususnya yang berkaitan dengan masalah kesehatan. Untuk itu ruang pengobatan ini juga perlu dilengkapi dengan tenaga medis yang terampil.

5) Ruang Informasi dan Pengaduan

Ruang informasi dan pengaduan dibuat untuk memberikan informasi mengenai kegiatan yang ada di terminal, trayek yang dilayani, biayatransportasi dan lainnya, serta untuk menerima pengaduan dari masyarakat terhadap keluhan-keluhan yang dirasakan dalam pelayanan terminal.

6) Telepon Umum

Telepon umum perlu disediakan sebagai sarana telekomunikasi.

7) Taman

Taman perlu dibuat dilingkungan terminal untuk memberikan kesan yang indah dan asri, sehingga para penumpang yang menunggu angkutan umum tidak merasa bosan.

2. Kepuasan Konsumen

a. Teori Kepuasan Konsumen

Teori kepuasan konsumen sangat beraneka ragam karena masih terus mengalami perkembangan sehingga belum tercapai kesepakatan tentang konsep yang paling efektif. Equality Theory, menurut teori ini, sesorang akan puas apabila rasio hasil yang dibandingkan dengan yang digunakan terasa adil. Dengan kata lain kepuasan terjadi apabila konsumen merasakan bahwa hasil inputnya proporsional terhadap rasio yang sama dibandingkan yang diperoleh orang lain (Oliver dan DeSaebo. 1998, dalam Tjiptono 1995)

Konsekuensi kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan sangat krusial bagi kalangan bisnis, pemerintah dan konsumen. Bagi bisnis kepuasan dipandang sebagai salah satu dimensi kinerja pasar. Peningkatan kepuasan pelanggan berpotensi mengarah pada pertumbuhan penjualan jangka panjang dan jangka pendek, serta pangsa pasar sebagai hasil pembelian ulang. Bagi konsumen, konsep kepuasan pelanggan bermanfaat dalam memberikan informasi lebih lanjut tentang seberapa puas atau tidak konsumen lain terhadap produk atau jasa tertentu, ada beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, antara lain kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga, dan biaya Menurut Kotler seperti dikutip dalam Lupiyoadi (2010).

b. Definisi Kepuasan Konsumen

Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat yaitu hubungan antara perusahaan dan para konsumen/pelanggan menjadi harmonis, dapat mendorong terciptanya loyalitas konsumen, membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan, serta reputasi perusahaan menjadi baik di mata konsumen (Supranto, 2011).

Kepuasan konsumen (consumer satisfaction) adalah konsep penting dalam konsep pemasaran dan penelitian konsumen. Sudah menjadi pendapat umum bahwa jika konsumen merasa puas, mereka cenderung akan menggunakannya serta memberitahu orang lain tentang pengalaman mereka yang menyenangkan. Begitu pula konsumen jasa penerbangan, jika mereka merasa puas, mereka cenderung beralih bandara serta mengajukan keberatan pada produsen, dan bahkan menceritakan kepada konsumen lainnya. dapat disimpulkan bahwa kepuasan adalah perasaan konsumen yang lahir hasil/kinerja sesuai dengan yang diharapkan sebelumnya (Tjiptono, 2011).

Pengertian kepuasan konsumen menurut Walker, et al. (2001) adalah suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dapat terpenuhi. Secara umum, kepuasan konsumen dapat dikatakan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang dari perbandingan antara produk yang dibeli sesuai atau tidak dengan harapannya. Day dan Wilton (Nasution, 2004) menyatakan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan konsumen adalah respon konsumen terhadap evaluasi

ketidaksesuaian/diskormasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja akan dirasakan setelah pemakaiannya. Sama dengan Tjiptono (2007) yang mengungkapkan bahwa kepuasan konsumen adalah respon konsumen pada evaluasi persepsi terhadap perbedaan antara ekspetasi awal (standar kinerja tertentu) dan kinerja aktual produk sebagaimana dipersepsikan setelah konsumsi produk. Sementara itu, Engel et al dalam Nasution (2004) menyatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil (outcome) tidak memenuhi harapan. Secara umum, kepuasan konsumen didefinisikan sebagai respon konsumen terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakan setelah pemakaian (Kotler, 2009).

Dalam setiap perusahaan, kepuasan konsumen adalah hal yang sangat penting, karena jika pelanggan merasa puas dengan pelayanan atau produk itu, maka posisi produk atau jasa itu akan baik di pasar. Apa yang diharapkan dan diinginkan oleh pelanggan merupakan faktor utama yang harus dipertimbangkan oleh perusahaan dalam menyusun rencana kebijakan bagian pemasaran yang akan dilakukan oleh perusahaan.

Kepuasan konsumen terhadap suatu produk ataupun jasa, sebenarnya sesuatu yang sulit untuk didapat jika perusahaan jasa atau

industry tersebut tidak benar-benar mengerti apa yang diharapkan oleh konsumen. Untuk produk atau layanan dengan kualitas yang sama, dapat memberikan tingkat kepuasan yang berbeda-beda bagi konsumen yang berbeda. Oleh karena itu, suatu perusahaan harus selalu memperhatikan kualitas produk maupun pelayanan yang diberikan kepada konsumen.

Pada dasarnya pengertian kepuasan konsumen mencakup perbedaan antara tingkat kepentingan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Karena pelanggan adalah orang yang menerima hasil pekerjaan seseorang atau suatu organisasi, maka hanya merekalah yang dapat menentukan kualitasnya seperti apa yang hanya mereka yang dapat menyampaikan apa dan bagaimana kebutuhan mereka. Hal inilah yang menyebabkan slogan gerakan kualitas yang popular berbunyi “kualitas dimulai dengan konsumen “ selanjutnya, kepuasan konsumen merupakan posisi penting dalam praktik bisnis karena manfaat yang ditimbulkan bagi perusahaan. Dengan adanya kepuasan maka akan mendorong komunikasi dari mulut ke mulut “word of mouth communication” yang bersifat positif. Hal tersebut sejalan dengan studi yang dilakukan Fodness dan Murray (2007), yang menyatakan bahwa kemampuan fasilitas ruang tunggu memberikan kepuasan kepada konsumen akan menjadi pertimbangan bagi konsumen untuk menggunakan bandara tersebut sebagai tempat

memulai perjalannya atau persinggahan dalam jadwal penerbangannya.

Ada beberapa metode yang dapat diterapkan oleh setiap perusahaan untuk mengukur dan memantau kepuasan konsumen (juga konsumen perusahaan pesaing). Kotler (2000) mengemukakan 2 indikator untuk mengukur kepuasan konsumen, yaitu:

1) Sistem keluhan dan saran

   Setiap perusahaan yang berorientasi pada pelanggan (customer oriented) perlu memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi para konsumennya untuk menyampaikan saran, pendapat dan keluhan. Misalnya dengan menggunakan media kotak saran, menyediakan kartu komentar atau menyediakan saluran telepon khusus (customer hot lines).

2) Survei kepuasan konsumen

   Penelitian kepuasan konsumen dilakukam dengan menggunakan metode survey, misalnya melalui pos, telepon, maupun wawancara pribadi.

3. Bandar Udara Adi Soemarmo

Bandar Udara Adi Soemarmo ini dulu bernama Pangkalan Udara (Lanud) Panasan, karena terletak di kawasan Panasan. Bandar Udara Adi Soemarmo ini dibangun pertama kali pada tahun 1940 oleh Pemerintah Belanda sebagai lapangan terbang darurat. Ketika bala tentara Jepang masuk ke Indonesia Bandar Udara Adi Soemarmo tersebut sempat dihancurkan oleh Belanda namun dibangun lagi oleh Pemerintah Jepang

sejak pada tahun 1942 sebagai basis militer penerbangan angkatan laut (Kaigun Bokusha). Setelah Proklamasi Kemerdekaan Republik Indonesia penyelenggaraan bandara dilaksanakan oleh “Penerbangan Surakarta” yang diresmikan pada tanggal 6 Februari 1946.

Pada tanggal 1 Mei 1946, Penerbangan Surakarta berubah menjadi “Pangkalan Udara Panasan” yang hanya diperuntukkan penerbangan militer. Pangkalan udara tersebut pertama kali digunakan secara resmi untuk penerbangan komersial pada tanggal 23 April 1974 yang dilayani oleh Garuda Indonesia dengan rute Jakarta-Kemayoran-Solo & Solo-Jakarta-Kemayoran dengan frekuensi 3-kali seminggu. Pada tanggal 25 Juli 1977, “Pangkalan Udara Panasan” berubah nama menjadi “Pangkalan Udara Utama Adi Sumarmo” yang diambil dari nama Adisumarmo Wiryokusumo (adik dari Agustinus Adisucipto). Pada tanggal 31 Maret 1989, Bandara ini ditetapkan menjadi Bandar Udara Adi Soemarmo Internasional dengan melayani penerbangan rute Solo-Kuala Lumpur & Solo-Singapore. Pada tanggal 1 Januari 1992, Bandara Adi Sumarmo dikelola oleh Perusahaan Umum Angkasa Pura I yang pada tanggal 1 Januari 1993 berubah status menjadi Persero Terbatas Angkasa Pura I sampai dengan sekarang.

B. Penelitian yang Relevan

Penelitian yang relevan merupakan rujukan dari penelitian yang dilakukan oleh orang lain yang digunakan sebagai bahan atau sumber penelitian. Penelitian ini mengenai analisis kepuasan konsumen terhadap fasilitas ruang tunggu terminal keberangkatan domestik di Bandar Udara Adi Soemarmo.

Tabel 2.1 Penelitian yang relevan

No	Nama Penelitian	Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Maulana Aditya Wilman	2018	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen ruang tunggu Bandara Soekarno Hatta	Adanya pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen ruang tunggu Bandara Soekarno Hatta
2.	Irawa, R.,Wirangga, A, & Hati, S. W	2016	Analisis kepuasan pelanggan Bandar Udara Hang Nadim Batam	Pengaruh kualitas layanan pada kepuasan pelanggan adalah 48%, dan faktor faktor lain di luar kualitas layanan, berpengaruh sebesar 52%.

				Secara umum rata-rata kepuasan penumpang dan pengguna Hang Nadim, berada pada kategori 3 (cukup puas). Interval dalam kategori ini berada di level 0.75 hingga 0,99
3.	Dita Yulina	2017	Pengaruh fasilitas , Layanan, Dan Informasi Aksesibilitas Terhadap Tingkat Kepuasan Penumpang Di Bandar Udara Husein Sastranegara Bandung	Hasil penelitian menunjukkan bahwa fasilitas, kualitas layanan, dan informasi aksesibilitas secara gabungan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan penumpang

				angkutan udara dalam negeri 60,3 % dan terhadap tingkat kepuasan penumpang angkutan udara luar negeri sebesar 51,2 %.

C. Hipotesis

Menurut Penelitian yang dilakukan oleh Maulana Aditya Wilman tahun 2018 tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Ruang Tunggu Bandara Soekarno Hatta. Didapatkan hasil bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen ruang tunggu Bandara Soekarno Hatta. Berdasarkan rumusan masalah, hipotesis, dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

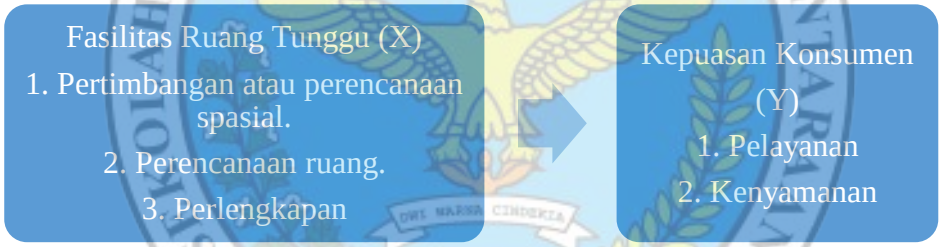
Ho : Tidak adanya pengaruh yang signifikan antara fasilitas ruang tunggu terminal keberangkatan domestik terhadap kepuasan konsumen di Bandar udara Adi Soemarmo.

Ha : Adanya pengaruh yang signifikan antara fasilitas ruang tunggu terminal keberangkatan domestik terhadap kepuasan konsumen di Bandar udara Adi Soemarmo.

D. Kerangka Pemikiran Operasional

Kerangka berpikir dalam penelitian ini akan menjelaskan mengenai masalah pokok penelitian untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara fasilitas ruang tunggu terhadap kepuasan konsumen. Dengan mengacu pada beberapa penelitian terdahulu maka kerangka penelitian ini memasukan variable kepuasan konsumen yang mempengaruhi fasilitas ruang tunggu. Kerangka penelitian ini digunakan untuk mempermudah jalan pemikiran terhadap masalah yang akan dibahas.

Gambar 2.1 Kerangka Pikiran



Sumber: Data primer yang diolah 2019