

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Pada zaman modern dan era globalisasi ini, transportasi umum sangat dibutuhkan oleh semua kalangan masyarakat. Dari banyak transportasi umum salah satu yang banyak peminatnya adalah TRANSJAKARTA, khususnya di daerah DKI Jakarta yang sangat di butuhkan oleh masyarakat untuk berpergian dari satu tempat ke tempat yang lainnya.

Transjakarta adalah sistem transportasi Bus Rapid Transit (BRT) pertama di Asia Tenggara dan Selatan, yang beroperasi sejak tahun 2004 di Jakarta, Indonesia. Transjakarta dirancang sebagai moda transportasi massal pendukung aktivitas ibu kota yang sangat padat. Transjakarta dioperasikan oleh PT Transportasi Jakarta. Jumlah rata-rata harian pengguna Transjakarta diprediksikan sekitar 350.000 orang. Biaya ongkosnya tetap Rp3.500 per penumpang sejak awal beroperasi sampai sekarang tahun 2021. Transjakarta memiliki sistem BRT terpanjang di dunia (230,9 km panjangnya) pada tahun 2017, peningkatan yang signifikan dari 41 rute pada tahun 2015. Sementara TransJakarta mengontrak 1.056 bus pada tahun 2016 dan juga meningkat secara signifikan dari 605 bus pada tahun 2015. Transjakarta memiliki lebih dari 1.500 bus dan menargetkan akan menambah memiliki 3.000 bus pada akhir tahun 2020. (Transjakarta.co.id).

Penghargaan Sustainable Transport Award diraih Transjakarta pada tahun 2019 disusul dengan penghargaan Tom Tom Traffic Index penurunan kemacetan di DKI Jakarta, disematkan sebagai pemilik *Wow Brand dan Better Brand* serta penghargaan "*Revolusi Mental 2019*" oleh Presiden Republik Indonesia. Awal

tahun 2020, Transjakarta kembali dinobatkan sebagai pemilik *Wow Brand* meraih *Top Digital Innovation Award dan Rail, Infrastructure dan Digital Mobility Business Award (Rimbda)* untuk Bus Rapid Transit dan menyabet GRC Award 2020. Penghargaan ini sangat disyukuri oleh seluruh insan Transjakarta dan menjadi pemicu untuk terus memberikan layanan yang lebih baik bagi warga DKI hingga Jabodetabek dan tentunya menjadikan GRC sebagian gen DNA yang terpatri dalam setiap hembusan nafas operasional Transjakarta. (*Tribunnews.com*).

Dalam penelitian ini, Kualitas Pelayanan sangat di butuhkan karena kenyamanan konsumen yang menggunakan Transjakarta sangat menilai dari sikap pelayanan dan fasilitas konsumen yang berkedudukan sebagai pengguna jasa PT. TransJakarta. Jumlah populasi pengguna Transjakarta sulit diidentifikasi karena banyak orang yang menggunakan jasa ini berulang kali dan tidak duduk semua karena melebihi kapasitas yang disediakan.

Perkembangan marketing saat ini hanya mengambil keuntungan saja tanpa memikirkan dari mana produk di hasilkan dan juga tidak melihat apa yang terjadi terhadap dampak lingkungan sekitar dan masa yang akan datang. Konsep *Green Product* muncul sebagai perhatian terhadap isu-isu kerusakan lingkungan yang kemudian digunakan oleh perusahaan sebagai salah satu strategi dalam pemasarannya, salah satu yang menggunakan konsep *Green product* adalah Transjakarta, dengan menggunakan Bahan Bakar Gas (BBG) dengan bertujuan ramah lingkungan untuk mengurangi peningkatan polusi udara di jalanan ibukota dan sebagai contoh bagi transportasi lainnya untuk menjaga lingkungan serta dengan adanya kelebihan-kelebihan dari terobosan ide yang kreatif dari Transjakarta dapat menarik perhatian masyarakat ibukota untuk menggunakan transportasi umum Transjakarta, membandingkan harga satu liter solar Rp 5.150

dengan satu lsp CNG Rp 3.100. Kendati BBG lebih murah tetapi satu lsp CNG hanya bisa menjelajah jarak 1,1 kilometer. Sedangkan satu liter solar bisa menjangkau jarak 2 kilometer. Sehingga jika dihitung biaya bahan bakar untuk keduanya tak jauh berbeda. Selain itu, yang ketiga, tutur Daud, harga bus berbahan bakar gas 30 persen lebih tinggi dibandingkan dengan bus berbahan bakar solar. Ia menyebut, bus BBG berkisar antara Rp 1,7 miliar sampai Rp 1,9 miliar tergantung merek, ada yang buatan Jepang dan Eropa. Sementara bus BBG harganya bisa mencapai Rp 2,3 miliar Namun PT. Transjakarta masih terbuka dengan berbagai cara agar penggunaan bus BBG yang menjadi salah satu solusi penyediaan angkutan ramah lingkungan menjadi pilihan Kembali. (*M.republika.co.id*).

Kehidupan masyarakat sehari-hari membutuhkan transportasi umum untuk memenuhi segala kebutuhan dan aktivitas untuk penunjang keberlangsungan hidup khususnya di ibukota yaitu DKI Jakarta, maka Transjakarta sebagai kendaraan umum yang berada di DKI Jakarta sangat tepat menjadi solusinya dengan tingkat kualitas pelayanan yang nyaman dan aman masyarakat pengguna jasa Transjakarta dengan tarif yang sangat terjangkau serta fasilitas penunjang yang lengkap dan produk Transjakarta yang ramah lingkungan dengan inisiatif mengurangi polusi udara dan kemacetan jalanan DKI Jakarta. Transjakarta menjadi akses transportasi umum yang sangat diminati oleh khususnya warga DKI Jakarta karna kualitas pelayanan dari segi tarif, halte dan fasilitas sangat profesional, serta unit Bus Transjakarta yang sangat aman khususnya bagi perempuan, orang tua dan lain-lain sehingga pengguna Transjakarta sangat berminat dalam menggunakan jasa Transjakarta kembali untuk kebutuhan dan aktivitas sehari-hari. (*Kompas.com*).

Peningkatan kualitas pelayanan sebagai salah satu upaya pencapaian kepuasan pelanggan tugas yang ringan yang dapat diselesaikan secepatnya.

Kepuasan Pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan (Kotler, 2014). Oleh karena itu, perlu diupayakan secara berkesinambungan serta berorientasi kepada perbaikan untuk mencapai kepuasan pelanggan. Setelah program kepuasan pelanggan dapat berjalan, maka perusahaan harus memantau perubahan keinginan atau perilaku dari konsumen. Apabila pengguna bus Transjakarta menganggap bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan termasuk kategori baik, sesuai dengan *Standar Operasional Prosedur (SOP)* dan *Standar Pelayanan Minimum (SPM)* perusahaan, maka ia cenderung merasa puas menggunakan bus Transjakarta sebagai pilihan transportasi publik.

Dalam sudut pandang Islam, mengajarkan bahwa dalam memberikan layanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa barang atau jasa jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas, melainkan yang berkualitas kepada orang lain.

Pelayanan bisa dapat dikatakan reliabel apabila perjanjian dan penawaran yang di berikan itepat yang ditawarkan secara akurat. Ketepatan dan keakuratan inilah yang akan menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadap jasa yang ditawarkan. Dalam hal ini Allah juga menghendaki umatnya untuk menepati janji yang telah dibuat dan dinyatakan sebagaimana yang di nyatakan.

وَأَوْفُوا بِعَهْدِ اللَّهِ إِذَا عَاهَدْتُمْ وَلَا تَنْفُتُوا الْأَيْمَانَ بَعْدَ تَوْكِيدِهَا وَقَدْ جَعَلْتُمُ اللَّهَ عَلَيْكُمْ كَفِيلًا إِنَّ اللَّهَ يَعْلَمُ مَا تَفْعَلُونَ

*Artinya: "Dan tepatilah janji dengan Allah apabila kamu berjanji dan janganlah kamu melanggar sumpah setelah diikrarkan, sedang kamu telah menjadikan Allah sebagai saksimu (terhadap sumpah itu) sesungguhnya Allah mengetahui apa yang kamu perbuat" (QS An-Nahl {91}).*

Ayat diatas menjelaskan bahwa Kualitas Pelayanan dalam marketing adalah memasarkan produk sebanyak banyaknya adalah tujuan yang paling utama tetapi dalam Islam mengajarkan memasarkan suatu produk dengan promosi, harga,

tempat dan produk itu sendiri tidak boleh merugikan lingkungan sekitar maupun alam.

Terjadinya kerusakan merupakan akibat dari dosa dan pelanggaran yang dilakukan oleh manusia sehingga mengakibatkan gangguan keseimbangan di darat dan di laut. Sebaliknya, ketiadaan keseimbangan itu mengakibatkan siksaan kepada manusia. Semakin banyak perusakan terhadap lingkungan, semakin besar pula dampak buruknya terhadap manusia, termasuk akan berdampak kepada manusia yang tidak berdosa disekitarnya.

Dalam Al-Quran, Allah telah menyatakan bahwa alam diciptakan untuk memenuhi kebutuhan manusia. Allah berfirman.

وَسَخَّرَ لَكُمْ مَّا فِي السَّمٰوٰتِ وَمَا فِي الْاَرْضِ جَمِيعًا مِّنْهُۥ اِنَّ فِيْ ذٰلِكَ لَاٰيٰتٍ لِّقَوْمٍ يَّتَفَكَّرُوْنَ

*Artinya: "Dan Dia telah menundukkan untukmu apa yang di langit dan apa yang di bumi semuanya, (sebagai rahmat) daripada-Nya. Sesungguhnya pada yang demikian itu benar-benar terdapat tanda-tanda (kekuasaan Allah) bagi kaum yang berfikir" (QS Al-Jatsiyah [45]:13).*

Ayat diatas menjelaskan bahwa *Green Product* adalah bagaimana kita harus menjaga dan merawat rahmat yang telah diberikan oleh Allah SWT seperti lingkungan sekitar dan alam. Manusia boleh mencari keuntungan, tetapi tidak boleh merusak yang lainnya seperti penebangan pohon yang ilegal dan tidak teratur serat menimbulkan kekacauan seperti polusi udara dan tidak memikirkan lingkungan alam sekitar untuk di masa yang akan datang.

Dalam buku kaidah-kaidah menurut syariah karya Abbas Arfan, dijelaskan menurut Musthafa Ahmad Al-Zarqa para ulama terpecah menjadi 3 (tiga) pendapat dalam menyikapi hukum bai' Al-Wafa yaitu: 1). Jual beli yang sah sebagai akad jual beli yang bersarat, 2). Jual beli yang sah namun menjadi hukum rahn (gadai) dan 3). Jual beli yang tidak sah. Dalam Islam ada bentuk transaksi jual beli yang diperbolehkan dan ada yang diharamkan maupun dipersilahkan hukumnya. Allah telah menghalalkan segala bentuk jual beli selama sesuai dengan syariat. Hal ini telah diatur dalam Al'quran.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدِينٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ ۚ وَلْيَكْتُب بَيْنَكُمْ كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ وَلَا يَأْب كَاتِبٌ أَنْ يَكْتُبَ  
كَمَا عَلَّمَهُ اللَّهُ فَلْيَكْتُبْ وَلْيَمْلِكِ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا يَبْخَسْ مِنْهُ شَيْئًا

*Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermuamalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. Hendaklah seorang penulis diantara kamu menuliskannya dengan benar” QS Al-Baqarah {282}.*

Ayat diatas menjelaskan bahwa Pembelian kembali jasa bisa terjadi karena konsumen merasa kualitas pelayanan dan produk yang diberikan sesuai yang diharapkan bahkan memuaskan, sehingga konsumen akan berniat melakukan pembelian kembali pada selanjutnya. Dalam hukum Islam jual beli dengan hak membeli kembali masih didebatkan hukumnya.

Dalam Kepuasan Pelanggan ajaran Islam mengajarkan bahwa memberi pelayanan yang sopan, baik dan juga ikhlas adalah hal sangat dianjurkan, serta menjual produk berupa barang atau jasa harus yang berkualitas dan tidak merugikan bagi konsumen serta mempunyai kehalalan, sebagai mana yang dijelaskan.

فِيمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لَئِن لَّمْ يَكُن لَّهُمْ ۖ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ ۗ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ  
وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۚ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

*Artinya: “ maka berkat rahmat Allah engkau berlaku lemah lembut terhadap*

*mereka sekiranya engkau bersikap keras dan berhati kasar, tentulah mereka menjatuhkan diri dari sekitarmu, karena itu memaafkan mereka dan mohonkanlah ampunan mereka dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu kemudian, apabila engkau telah membulatkan tekad, maka bertakwalah kepada Allah, sungguh, Allah mencintai orang yang bertawakal” (QS Ali-Imran {159}).*

Ayat diatas menjelaskan bahwa Kepuasan Pelanggan adalah bagaimana bersikap ramah terhadap calon pembeli dan tidak bersikap keras sebagaimana yang dijelaskan pada ayat diatas apabila mempunyai perkataan atau tindakan yang kurang baik terhadap konsumen maka segera meminta maaf apabila hal-hal tersebut dijalankan, maka konsumen akan merasa nyaman dan berpikir untuk membeli kembali kepada produk tersebut karena konsumen telah merasakan memuaskan dalam sikap pelayanan, harga yang diberikan sangat sesuai dan produk berkualitas.

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN *GREEN PRODUCT* TERHADAP PEMBELIAN KEMBALI JASA (TRANSJAKARTA) DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI FAKTOR MEDIASI SERTA TINJAUANNYA DARI SUDUT PANDANG ISLAM".

## **1.2. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka yang menjadi tujuan utama dalam penelitian ini adalah menguji beberapa variabel penelitian diantaranya pengaruh kualitas pelayanan dan green product terhadap pembelian kembali jasa (transjakarta) dengan kepuasan pelanggan sebagai faktor mediasi. Maka, penelitian ini dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh antara Kualitas Pelayanan terhadap Pembelian Kembali Jasa pada pengguna Transjakarta?
2. Bagaimana pengaruh antara *Green Product* terhadap Pembelian Kembali Jasa pada pengguna Transjakarta?
3. Bagaimanan pengaruh antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada pengguna Transjakarta?
4. Bagaimana pengaruh antara *Green Product* terhadap Kepuasan Pelanggan pada pengguna Transjakarta?
5. Bagaimana pengaruh antara Kepuasan Pelanggan terhadap Pembelian Kembali Jasa pengguna Transjakarta?
6. Apakah terdapat pengaruh antara Kualitas Pelayanan terhadap Pembelian Kembali Jasa yang dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan pada pengguna Transjakarta?
7. Apakah terdapat pengaruh antara *Green Product* terhadap Pembelian Kembali Jasa yang dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan pada pengguna Transjakarta?
8. Bagaimana pengaruh Kualitas Pelayanan, *Green Product*, Pembelian Kembali Jasa dan Kepuasan Pelanggan pada pengguna Transjakarta menurut pandangan Islam?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Pembelian Kembali Jasa pada pengguna Transjakarta.

2. Untuk menganalisis pengaruh *Green Product* terhadap Pembelian Kembali Jasa pada Pengguna Transjakarta.
3. Untuk menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada pengguna Transjakarta.
4. Untuk menganalisis pengaruh *Green Product* terhadap Kepuasan Pelanggan pada pengguna Transjakarta.
5. Untuk menganalisis pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Pembelian Kembali Jasa pada pengguna Transjakarta.
6. Untuk menganalisis pengaruh dari Kualitas Pelayanan terhadap Pembelian Kembali Jasa yang dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan pada pengguna Transjakarta?
7. Untuk menganalisis pengaruh dari *Green Product* terhadap Pembelian Kembali Jasa yang dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan pada pengguna Transjakarta?
8. Untuk menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan, *Green Product*, Kepuasan Pelanggan dan Pembelian Kembali Jasa pada pengguna Transjakarta menurut pandangan Islam?

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diharapkan dari dilakukannya penelitian ini ialah sebagai berikut :

1. Bagi pihak Pengelola/Manajemen PT. Transjakarta

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi pihak pengelola/manajemen PT. Transjakarta dalam memberikan gambaran kondisi Transjakarta dan dapat memberikan masukan bagi pihak pengelola/manajemen PT. Transjakarta untuk menentukan kebijakan-

kebijakan lebih lanjut dan strategi marketing dalam menarik pelanggan dan calon konsumen baru pengguna Transjakarta.

Hasil penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai gambaran tentang keadaan dan kemampuan PT. Transjakarta dalam mengelola seluruh aspek dari fasilitasi pelayanan dan menerbitkan inovasi baru berupa BBM yang beralih menjadi BBG untuk pengembangan Transjakarta sebagai salah satu Transportasi publik yang sangat banyak antusiasnya khususnya warga DKI Jakarta.

## 2. Bagi Lembaga Pendidikan

Penelitian ini diharapkan dapat melengkapi sumber ilmu bagi perpustakaan Universitas Yarsi serta memberikan refrensi bagi seluruh mahasiswa dan kalangan akademisi yang akan mempelajari masalah yang berhubungan dengan manajemen pemasaran khususnya pemasaran perusahaan BUMD serta sebagai hasil karya yang dapat dijadikan sebagai bahan wacana dan pustaka bagi mahasiswa dan kalangan akademisi yang memiliki ketertarikan meneliti bidang yang sama.

## 3. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan bagi para pembaca mengenai Kualitas Pelayanan, *Green Product*, Kepuasan Pelanggan dan Pembelian Kembali Jasa mengingat pentingnya peran pembaca dalam membentuk serta mengetahui lebih dalam *Green Product*.

## 4. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat memberi ilmu bermanfaat tentang bagaimana pentingnya kualitas layanan sehingga menjadi ketertarikan bagi konsumen atau pelanggan sehingga kembali lagi karena sudah merasakan

kenyamanan yang menarik dan semoga dapat mendapatkan ilmu baru pemasaran khususnya dalam mencari keuntungan lewat pemasaran harus tetap menjaga kelestarian lingkungan dan alam bagi peneliti dapat di jadikan aspek pemasaran kedepannya yang bermanfaat. Sebagai sarana referensi dan tambahan informasi untuk penelitian selanjutnya dengan pembahasan yang sejenis.

Sebagai tambahan ilmu pengetahuan di bidang pemasaran bagi para Mahasiswa dan Mahasiswi.