

KUALITAS PELAYANAN, KENYAMANAN PENUMPANG BUS ANTAR KOTA SEBAGAI PELUANG EKONOMI BERKELANJUTAN UNTUK MENDUKUNG PARIWISATA (PO. NARENDRA)

¹ Siti Hanah, ² Listya Sugiyarti, ³ Nur Asmilia

^{1,2,3} Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang

E-mail: dosen01609@unpam.ac.id

ABSTRACT

With the help of this community service, business owners, teachers, and students can collaborate on management, and the company's employees will receive training that helps them develop professionally and personally, ultimately leading to higher levels of customer satisfaction with the PO service they receive. Employees were exposed to technology because of its vital role in the growth of the company and the happiness of consumers as the transportation industry entered the digital era of intense competition. Students' input enriches our understanding of business and employment trends, preparing them to enter the workforce after graduation. Then there's the fact that employees today feel they have to act quickly to meet the training and information-sharing needs brought on by technology progress. Competition on a global scale forces businesses to think outside the box. The aforementioned difficulties were encountered by our partners in the Community Service activity plan, PT. NARENDRA TRANS TUNGGGA PUTRA/PO NARENDRA. In January of 2023, this company officially began operations. Although this has been fulfilled in practice, a pressing issue for partners is gaining insight into the dedication and expertise of their human resources in these areas: service quality; financial governance with price competition; growth of market share and survival of the business. Partners faces challenges in the form of transportation industry competition, excellent service that must always be innovated, financial management, and dealing with bus customers who can be a little blasé at times, necessitating a personal touch so that they don't feel like the company is controlling them. This community service's solution is guidance and counselling on matters of fiscal management and service quality from salaried personnel. Ticket printing, catering, souvenir t-shirt shops, etc., all of which contribute to Indonesia's and the world's burgeoning tourism and creative economies, stand to benefit from increased competition in the inter-provincial and inter-city bus transportation industry.

Keywords: Service Quality, Passenger Comfort, Financial Governance, Creative Economy.

ABSTRAK

Dengan bantuan layanan komunitas ini, pemilik bisnis, dosen, dan mahasiswa dapat berkolaborasi dalam manajemen, dan karyawan perusahaan akan menerima pelatihan yang membantu mereka berkembang secara profesional dan pribadi, yang pada akhirnya mengarah ke tingkat kepuasan pelanggan yang lebih tinggi dengan layanan PO yang mereka terima. Karyawan terpapar teknologi karena perannya yang vital dalam pertumbuhan perusahaan dan kebahagiaan konsumen karena industri transportasi memasuki era digital dengan persaingan yang ketat. Masukan siswa memperkaya pemahaman kami tentang tren bisnis dan ketenagakerjaan, mempersiapkan mereka untuk memasuki dunia kerja setelah lulus. Lalu ada fakta bahwa karyawan saat ini merasa mereka harus bertindak cepat untuk memenuhi kebutuhan pelatihan dan berbagi informasi yang dibawa oleh kemajuan teknologi. Persaingan dalam skala global memaksa bisnis untuk berpikir di luar kotak. Kesulitan-kesulitan tersebut di atas dihadapi oleh mitra kami dalam rencana kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat, PT. NARENDRA TRANS TUNGGGA PUTRA/PO NARENDRA. Pada Januari 2023, perusahaan ini resmi beroperasi. Meskipun hal ini telah dipenuhi dalam praktiknya, masalah mendesak bagi para mitra adalah mendapatkan wawasan tentang dedikasi dan keahlian sumber daya manusia mereka di bidang ini: kualitas layanan; tata kelola keuangan dengan persaingan harga; pertumbuhan pangsa pasar dan kelangsungan hidup bisnis. Mitra menghadapi tantangan berupa persaingan industri transportasi, pelayanan prima yang harus selalu diinovasi, pengelolaan keuangan, dan menghadapi pelanggan bus yang kadang-kadang bisa sedikit membosankan sehingga memerlukan sentuhan pribadi agar tidak merasa seperti perusahaan sedang mengendalikan mereka. Solusi pengabdian masyarakat ini adalah bimbingan dan penyuluhan tentang masalah pengelolaan

keuangan dan kualitas pelayanan dari pegawai yang digaji. Pencetakan tiket, katering, toko kaos cinderamata, dll., yang semuanya berkontribusi terhadap perkembangan pariwisata dan ekonomi kreatif Indonesia dan dunia, diuntungkan oleh meningkatnya persaingan dalam industri transportasi bus antar provinsi dan antar kota.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kenyamanan Penumpang, Tata Kelola Keuangan, ekonomi kreatif.

PENDAHULUAN

Sektor transportasi merupakan roda penggerak yang krusial dalam mesin ekonomi. Segala sesuatu di tanah air bergantung pada industri yang satu ini, yang juga berperan sebagai motor penggerak pertumbuhan ekonomi dan penopang stabilitas nasional. Artinya pembangunan dan pemerataan pembangunan serta imbalannya tidak dapat dinikmati secara ideal oleh seluruh rakyat jika sektor transportasi tidak dikelola dengan baik.

Untuk memastikan bahwa orang-orang di semua kelompok pendapatan memiliki akses ke pilihan transportasi dengan harga terjangkau yang memenuhi kebutuhan masing-masing, infrastruktur transportasi nasional harus dirancang dan dioperasikan sebagai satu kesatuan yang kohesif. Perjalanan umum antar kota atau provinsi adalah masalah yang memengaruhi kehidupan sehari-hari banyak orang. Angkutan massal antarkota atau antarprovinsi berbasis jalan raya di pusat-pusat perkotaan di Indonesia sedang dikembangkan untuk menyediakan pilihan transportasi berbiaya rendah yang dapat diakses oleh masyarakat dari semua tingkat pendapatan. Dalam jangka panjang, sistem angkutan umum yang andal diharapkan akan membantu orang mengurangi ketergantungan pada mobil mereka sendiri.

Kondisi angkutan umum massal berbasis jalan raya di wilayah perkotaan Indonesia saat ini belum tertata secara efektif sesuai Undang-undang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan No. 14 Tahun 1992. Kualitas pelayanan yang kurang baik masih belum menjadi perhatian utama bagi sistem angkutan umum antar kota dan antar provinsi. Angkutan umum yang terjangkau untuk semua kelompok pendapatan harus menjadi fokus utama saat ini. Namun, pembenaran ini sering digunakan untuk berkompromi dengan standar layanan. Padahal pelayanan dan kenyamanan publik harus diutamakan karena sangat mempengaruhi kehidupan banyak orang. Seringkali, ketika barang-barang murah, mereka tidak aman, dapat diandalkan, atau nyaman. Berdasarkan uraian diatas perusahaan PT. NARENDRA TRANS TUNGGU PUTRA (PO.NARENDRA) melakukan inovasi bidang usaha ini , dimana perusahaan ini sejak tahun 2008 telah berdiri dengan nama PT. STAR TRUSTAMA yang bergerak di bidang Asuransi, pernbengkelan mobil. Melihat adanya peluang meningkatkan ekonomi kreatif bagi pengusaha muda yang memiliki usaha ini, dimana saat ini pandemic telah berlalu dan Indonesia sedang meinngkatkan Pariwisata di daerah seperti Ponorogo yang saat ini merupakan distensi baru di pulau jawa, maka yang bersangkutan tertarik melebarkan sayapnya membuat perusahaan transportasi antar kota atau antar propinsi yang baru di 17 Nopember 2022 dan beroperasi 02 Januari 2023 dengan nama top di masyarakat PO. NARENDRA dengan rute Jakarta Ponorogo.

Kompetitor untuk perusahaan ini saat ini sangat menjamur, mengingat pemerintah sedang menggalakkan pariwisata yang murah dan terjangkau oleh masyarakat baik di Indonesia maupun untuk turis luar, untuk itu transportasi persaingan sangat ketat. Mengingat persaingan tersebut ketat dan kepuasan serta kenyamanan pelanggan merupakan salah satu modal untuk persaingan, maka perusahaan ini melakukan

transporansi dengan harga sekali berangkat Jakarta - ponorogo hanya Rp. 290.000 per orang sudah dapat snack, makan dan minum. Melihat web nya di www.narendratrans.com tampak terlihat kenyamanan kursi, kenyamanan ruangan dan kehandalan sopir dalam mengendarai sudah benar-benar di perhatikan dan dapat bersaing dengan perusahaan lain .

Berdasarkan video web tersebut terlihat antusias masyarakat dalam menyambut kehadiran transportasi ini, karena banyak sekali pendapat-pendapat positif dari masyarakat yang melakukan perjalanan dengan transportasi bus PO.NARENDRA. Sharing wawasan dan pendampingan dan pelatihan tentang tata kelola keuangan dan pelayanan pelanggan agar tercapai kepuasan dan kenyamanan dalam berkendara. Kualitas didefinisikan sebagai “karakteristik dan karakteristik suatu produk atau jasa dalam hal kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan yang telah ditentukan sebelumnya atau laten” (Lupiyoadi, 2001) oleh American Society for Quality Control. Ketika datang ke produk dan layanan, kualitas didefinisikan oleh Kotler (2000) sebagai "jumlah fitur dan karakteristik yang mendukung kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat." Menurut Simamora (2002), kualitas adalah segalanya di mata yang melihatnya.

Jadi, penting bagi pemasar untuk menyadari bahwa persepsi lebih akurat daripada kenyataan. Terlebih lagi, jika kualitas layanan adalah apa yang diukur, maka evaluasi kualitas akan sangat dipengaruhi oleh persepsinya. Menurut Lupiyoadi (2001), kualitas pelayanan mengacu pada keberhasilan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan kliennya. Payne berpendapat bahwa kualitas layanan terkait dengan kapasitas perusahaan untuk memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Payne berpendapat bahwa kinerja harus dievaluasi berdasarkan seberapa puas pelanggan dengan tingkat layanan yang mereka terima. Menurut Payne ada dua aspek utama kualitas layanan: (a) kualitas teknis, yang mengacu pada output dari proses operasi layanan, dan (b) kualitas fungsional, yang mengacu pada dimensi proses dalam hal interaksi antara pelanggan dan layanan. penyedia. Yamit (2001) berpendapat bahwa pelayanan terbaik kepada pelanggan dan tingkat kualitas dapat dicapai terus menerus dengan berfokus pada kriteria kinerja pelayanan (baik internal maupun eksternal). Berikut beberapa definisi yang terkait dengan kualitas jasa pelayanan sebagai berikut:

1. *Excellent* adalah standar kinerja yang dicapai.
2. Pelanggan atau customer adalah penerima dan pembayar output layanan (layanan & sistem) yang terdiri dari perorangan, berkelompok, departemen atau perusahaan.
3. *Service* adalah pelayanan lebih pada transaksi jasa antara pembeli dan penjual bukan pada produksi produk itu sendiri, baik sebagai kegiatan utama maupun tambahan.
4. *Quality* adalah fitur produk atau layanan yang dapat diamati atau dirasakan oleh pengguna.
5. *Levels* merupakan deklarasi dari kerangka evaluatif dan monitoring.
6. *Consistent* adalah pelayanan yang dilakukan sesuai standar yang ditetapkan dan beroperasi seperti yang diharapkan.
7. *Delivery* adalah pelayanan pengiriman mengacu pada penyediaan layanan yang tepat waktu dan tepat.

Tantangan Implementasi tata kelola keuangan :

1. Terlalu banyak pengeluaran mengingat perusahaan ini baru beroperasi
2. Dibutuhkan pemisahan keuangan dari induk perusahaan ke unit anak perusahaan dalam hal ini PO. Tranpostasi
3. Arus Kas yang harus di control mengingat perusahaan baru berdiri beberapa bulan dan merupakan anak perusahaan dari induk yang bergerak di bidang konsultan asuransi.

Dari uraian di pendahuluan diatas, pihak perusahaan sudah melakukan optimalisasi dalam pelayanan kepuasan pelanggan dan tata kelola keuangan, namun agar lebih optimal sharing wawasan dengan akademisi akan mempertajam dan meningkatkan performance perusahaan.

METODE

Berikut ini adalah penerapan metode yang digunakan untuk menyediakan layanan:

1. Membantu mitra dalam hal meningkatkan pengetahuan atau wawasan tentang Pelayanan pelanggan untuk mencapai kepuasan dan kenyamanan pelanggan dalam membeli jasa transportasi untuk karyawan , pimpinan dari perusahaan PO. Ketika produk dan layanan ditawarkan sesuai dengan standar yang diperlukan di lokasi penyimpanan produk dan ketika pengiriman setidaknya sama dengan yang diharapkan konsumen, kami telah mencapai kualitas layanan, seperti yang dinyatakan oleh Sugiyono (2002). Kualitas layanan, seperti yang didefinisikan oleh Tjiptono (2005), adalah tingkat keunggulan dimana klien memiliki hak untuk mengharapkan kebutuhan mereka terpenuhi. Usmara (2008) berpendapat bahwa persepsi konsumen tentang kualitas layanan dibentuk dengan membandingkan harapan mereka sendiri akan kualitas dengan tingkat layanan aktual yang mereka terima. Mengingat hal tersebut di atas, tampaknya masuk akal untuk menyimpulkan bahwa kualitas layanan yang ditawarkan benar-benar memenuhi persyaratan klien bisnis. Dengan demikian, perusahaan sekarang siap untuk memberikan layanan terbaik kepada klien dalam upaya untuk meningkatkan kepuasan klien.
2. Membantu mitra dalam meningkatkan *performance* tata kelola keuangan:
 - a. Dengan berpegang pada prinsip-prinsip GCG yaitu transparansi, akuntabilitas, tanggung jawab, independensi, kewajaran dan kesetaraan maka perseroan akan memaksimalkan nilai (value) bagi Pemegang Sahamnya dengan tetap memperhatikan kepentingan Stakeholders-nya dan mendorong tercapainya keberlanjutan perusahaan.
 - b. Mendorong Organ Perusahaan untuk bertindak secara moral, sesuai dengan Anggaran Dasar dan peraturan perundang-undangan yang

berlaku, serta bertanggung jawab kepada Pemangku Kepentingan Perusahaan (*stakeholders*).

- c. Memotivasi kepemimpinan Perusahaan untuk meningkatkan profesionalisme, keterbukaan, dan efektivitasnya, sekaligus mendelegasikan wewenang kepada departemen-departemen utama dan memberikan otonomi yang lebih besar kepada organ perusahaan.
- d. Meningkatkan kredibilitas Perseroan di mata investor dan konsumen guna menarik bisnis baru dan mendorong pertumbuhan ekonomi jangka panjang di tingkat nasional maupun internasional;
- e. Menerapkan konsep kehati-hatian (*prudent*), akuntabilitas, dan tanggung jawab sejalan dengan prinsip-prinsip GCG dalam rangka mendorong dan mendukung pengembangan, pengelolaan sumber daya Perseroan, dan pengelolaan risiko usaha Perseroan;
- f. Mendorong tumbuhnya rasa tanggung jawab sosial dan kepedulian Perusahaan terhadap kelestarian lingkungan; Meningkatkan budaya perusahaan dengan mengadopsi sikap dan tindakan yang mencerminkan kebutuhan bisnis yang berkembang dan sekitarnya.

Berikut ini adalah perincian komprehensif dari langkah-langkah yang terlibat dalam menerapkan solusi:

1. Sejauh mana mitra program terlibat dalam proses implementasi.
2. Setelah kegiatan Pengabdian Masyarakat selesai, penting untuk mengevaluasi sejauh mana program telah mampu mempertahankan dirinya sendiri di lapangan.
3. Pengabdian Kepada Masyarakat ini merupakan kelanjutan dari hasil PKM sebelumnya di berbagai lokasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini dapat digunakan untuk memaparkan hasil dan pembahasan pengabdian masyarakat selama sepekan 8-10 Mei 2023. Metode ini digunakan dalam layanan, itu berarti:

1. Anggota staf terlibat dalam penjangkauan masyarakat dengan memberikan informasi dan pembelajaran
 - a. Pelatihan *knowledge, skill*, diskusi, *Role play*
 - b. Pendampingan via media elektronik
 - c. Permainan Games
 - d. Monitoring dan evaluasi
2. Rekomendasi berikut dibuat setelah kami menjelaskan semuanya dan memperhitungkan tanggapan dari para peserta

- a. Bantuan dan arahan dalam membentuk tata kelola dan motivasi jangka panjang
 - b. Praktik menilai tata kelola dan motivasi berkelanjutan secara berkala telah membuahkan hasil sejauh ini.
 - c. Improvement dan Inovasi dalam penyelenggaraan sharing sesuai dengan kebutuhan mitra.
3. Untuk tercapainya keberhasilan sangat penting untuk memberikan pelayanan kepada pelanggan:
- a. Monitoring lapangan dan media sosial mengenai kepuasan mereka menggunakan jasa layanan transportasi
 - b. Evaluasi testimoni yang ada di media sosial, walau saat ini 95% pelanggan puas terhadap jasa transportasinya, namun hal ini harus terus menerus dilakukan peningkatan mutu layanan.
 - c. Tidak peduli betapa sulitnya keadaan, kita harus menjaga iman kita. Anda harus menemukan cara untuk terus berjalan tidak peduli seberapa buruk keadaannya. Untuk mengarahkan pandangan kita ke masa depan dan kemenangan akhir, kita harus melatih kesabaran, rasa syukur, dan berserah diri kepada Allah.
 - d. Selalu berfikir positif dan optimis sesuai dengan ajaran Rasulullah
4. Melakukan *Role Play* agar mempunyai gambaran dalam implementasi *real* di lapangan untuk karyawan PO Bus, sebagai refreshing:
- a. *Role playing* melibatkan para siswa untuk dapat memperoleh jenis latihan yang tidak disengaja melalui akting peran, di mana mereka mengekspresikan diri mereka dalam hal apa yang telah mereka pelajari atau sedang pelajari.
 - b. *Role playing* melibatkan peserta dalam permainan peran akan mengasah keterampilan mereka
 - c. *Role playing* adalah sebuah permainan, ia memiliki potensi untuk membuat para pesertanya senang.

KESIMPULAN

Dari pembahasan di atas dapat kita simpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan uraian di atas, Pelayanan dan kenyamanan pelanggan PO Bus antar kota saat yang di kelola oleh perusahaan tersebut di atas saat ini 95% telah merasa puas, hal tersebut dapat diketahui dari komentar penumpang di media sosial dan juga langsung di lapangan.
2. Ekonomi kreatif dari group perusahaan ini sangat mumpuni, terbukti awal dari perusahaan jasa asuransi, ke perbengkelan dan saat ini ke PO Bus antar kota dan antar provinsi, dimana perusahaan ini membuka peluang ekonomi bagi lingkungan sekitar dimana bus tersebut beroperasi, membuka peluang percetakan karcis, membuka peluang catering untuk snack box penumpang dan krue bus, membuka peluang catering dll yang membantu pemerintah dalam menggaungkan ekonomi kreatif di Indonesia.

3. Membuka peluang mahasiswa untuk magang membantu membukukan akuntansi dan peluang tenaga kerja untuk dapat bekerja di perusahaan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Bames, Tony, (1998), *Kaizen Strategies for Successful Leadership*, (Alih bahasa Martin Widjokongko; *Kepemimpinan Sukses, Bagaimana Membawa Organisasi Anda Menuju Masa Depan*)
- Cohen, William, A., (2002), *The New Art of the Leader*, (Alih Bahasa Hendrikus Leko ; *Seni baru Tentang Pemimpin, Memimpin Dengan Integritas dan Kehormatan*), Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Fattah, Nanang (1996), *Landasan Manajemen Pendidikan*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Pariwisata (Hartono dan Listifadah) *Jurnal Penelitian Transportasi Darat* Volume 19, Nomor 4, Desember 2017: 225-236.