

BAB II

PROFILE PO BUS NUSANTARA DAN IDENTITAS RESPONDEN

Bagian ini menjelaskan gambaran umum mengenai PO Bus Nusantara sebagai objek penelitian sekaligus memaparkan karakteristik responden yang terlibat dalam studi. Profil perusahaan berisi uraian mengenai sejarah, visi misi, logo dan nama perusahaan, lokasi perusahaan, deskripsi kerja, jenis layanan yang disediakan, serta rute operasional yang diterapkan oleh PO Nusantara. Informasi ini penting untuk memberikan konteks mengenai bagaimana perusahaan beroperasi dan factor apa saja yang dapat memengaruhi pengalaman serta persepsi pengguna jasanya.

Selain itu, identitas responden merupakan bagian yang menggambarkan ciri-ciri dasar peserta penelitian, meliputi usia, tingkat pendidikan, pekerjaan, jumlah penghasilan, serta frekuensi penggunaan layanan PO Nusantara selama satu tahun terakhir oleh responden. Penyajian identitas ini membantu menjelaskan latar belakang responden yang memberikan data, sehingga peneliti dapat menilai keterkaitan dan keterwakilan mereka terhadap keputusan penggunaan jasa PO Nusantara. Melalui penggabungan profil perusahaan dan identitas responden, penelitian memperoleh gambaran menyeluruh mengenai objek studi dan pihak yang memberikan penilaian terhadap *brand image*, kualitas layanan maupun keputusan penggunaan jasa.

2.1 Sejarah dan Perkembangan PO BUS NUSANTARA

Berdasarkan sejarah dan perkembangan yang saya kutip dari website resmi PO Nusantara yakni (www.nu3tara.com), Perusahaan Otobus (PO) Nusantara merupakan salah satu perusahaan transportasi darat yang memiliki sejarah panjang dalam industri angkutan penumpang di Indonesia. Perusahaan ini didirikan oleh Bapak Yonatan Budianto di Kudus pada tahun 1968. Awal mula operasional perusahaan ditandai dengan pengoperasian dua unit bus bermerek GAZ buatan Uni Soviet tahun 1965, yang sebelumnya merupakan armada milik Tentara Nasional Indonesia Angkatan Laut (TNI-AL). Keberadaan dua bus tersebut menjadi cikal bakal pengembangan layanan transportasi yang lebih luas di kemudian hari. Pada tahun 1969, perusahaan menambah armadanya dengan lima unit bus bermerek ZIEL produksi tahun 1962, yang juga merupakan bekas operasional TNI Angkatan Udara (TNI-AU).

Kemudian pada tahun 1970, PO Nusantara mulai merakit sendiri unit bus menggunakan bodi berbahan kayu yang dipasang pada sasis bermerek THAMES asal Inggris. Langkah ini mencerminkan semangat inovasi dan adaptasi perusahaan terhadap kondisi pasar dan ketersediaan teknologi pada masa itu. Perkembangan industri otomotif nasional pada pertengahan dekade 1970-an turut mendorong PO Nusantara untuk terus berinovasi. Tahun 1975 menjadi tonggak penting dalam sejarah perusahaan, karena pada tahun tersebut diperkenalkan teknologi bodi bus berbahan besi baja di Indonesia. Menyikapi hal ini, PO Nusantara mengimpor armada baru bermerek FORD dari Amerika Serikat yang telah menggunakan bodi besi baja, sehingga

meningkatkan daya tahan dan keselamatan kendaraan. Pada tahun 1977, PO Nusantara kembali melakukan pembaruan armada dengan memperkenalkan bus bermerek Mercedes-Benz tipe OF (mesin depan), yang digunakan secara konsisten hingga tahun 1984. Selanjutnya, perusahaan mulai menggunakan tipe OH (mesin belakang), yang memberikan kenyamanan lebih baik bagi penumpang karena desain kabin yang lebih tenang dan luas.

Pada fase awal pengembangannya, PO Nusantara lebih memfokuskan operasionalnya pada jalur-jalur pendek di wilayah Jawa Tengah, seperti rute Semarang–Kudus–Lasem. Disisi lain, memasuki dekade 1990-an, perusahaan mulai melakukan ekspansi rute menuju kota-kota yang lebih jauh, sebagai respons terhadap meningkatnya mobilitas masyarakat serta peluang pasar yang semakin terbuka. Komitmen untuk memberikan pelayanan terbaik menjadi prinsip utama dalam pengembangan bisnis perusahaan.

Saat ini, seiring dengan pertumbuhan kebutuhan transportasi antarkota dan peningkatan kapasitas perusahaan, PO Nusantara telah memperluas jangkauan layanannya ke berbagai kota besar di Pulau Jawa. Kota-kota seperti Semarang, Yogyakarta, Purwokerto, Tegal, Cirebon, Bandung, Jakarta, Bogor, Surabaya, dan Malang kini menjadi bagian dari jaringan operasional perusahaan. Keberhasilan ini mencerminkan kemampuan PO Nusantara dalam mempertahankan eksistensinya di tengah dinamika industri transportasi, sekaligus menunjukkan komitmen jangka panjang terhadap pelayanan publik dan profesionalisme.

2.2 Visi dan Misi Perusahaan

Visi dan misi perusahaan adalah pernyataan yang menjelaskan arah dan tujuan sebuah perusahaan. Visi menggambarkan apa yang ingin dicapai di masa depan, sedangkan misi menjelaskan langkah atau cara perusahaan dalam mencapai visi tersebut. Melalui visi dan misi, perusahaan memiliki pedoman yang jelas dalam menjalankan kegiatan usahanya.

2.2.1 Visi

Mengutip dari website resmi dari PO Nusantara yakni (www.nu3tara.com), visi dari PO Nusantara adalah Menjadikan salah satu layanan yang paling terpercaya dan dapat diandalkan dalam perjalanan.

2.2.2 Misi

Mengutip dari website resmi dari PO Nusantara yakni (www.nu3tara.com), misi dari PO Nusantara adalah berusaha untuk menjadi yang terdepan dalam layanan perjalanan dan bertujuan untuk mendapatkan kepuasan Pelanggan kami dengan menyediakan berbagai fasilitas yang sesuai dengan kebutuhan perjalanan.

2.3 Logo dan Nama Perusahaan

Nama perusahaan, satu atau lebih kata, atau keduanya dapat direpresentasikan dalam logo sebagai huruf atau simbol (Saputra & Syafwandi, 2017). Logo atau tanda visual adalah representasi identitas bisnis, institusi, atau bentuk organisasi lainnya dengan cara yang berbeda. Logo yang ideal bertindak sebagai instrumen harga diri dan pembuatan nilai yang dapat menyampaikan citra terhormat dan tulus.

2.3.1 Logo Perusahaan

Menurut sumber resmi dari PO Nusantara, Adapun makna dari Logo yang terdiri dari elemen lingkaran berwarna merah serta dua garis lurus di sampingnya memiliki makna simbolis yang kuat. Berikut adalah logo dari PO Nusantara.



Gambar 2.1 Logo PO Nusantara

Sumber: Website (www.nits.co.id), 2025

Lingkaran merah tersebut merepresentasikan roda sebagai elemen utama dari kendaraan, sementara garis-garis lurus menggambarkan rangka bus yang menjadi struktur penopang transportasi. Kombinasi kedua unsur ini menegaskan identitas PO Nusantara sebagai sebuah perusahaan yang bergerak di bidang jasa transportasi darat, khususnya angkutan bus antarkota dan pariwisata, serta mencerminkan komitmen perusahaan dalam menyediakan layanan transportasi yang handal dan profesional.

2.3.2 Nama Perusahaan

Apabila mengunjungi website dan media social resmi dari PO Nusantara, kita menemukan adanya keunikan pada nama yang tertulis, yakni “nu3tara”. Menurut sumber yang dikutip dari website (www.budioso.blogspot.com).

Tulisan ini merupakan pengganti dari kata "Nusantara", di mana angka "3" menggantikan huruf "s". Angka "3" dibaca sebagai "san" dalam bahasa Mandarin dan Jepang, sehingga "Nu3tara" tetap dibaca sebagai "Nusantara". Ini menunjukkan kreativitas dalam penulisan dan mungkin dimaksudkan untuk memberikan kesan modern dan unik pada brand perusahaan

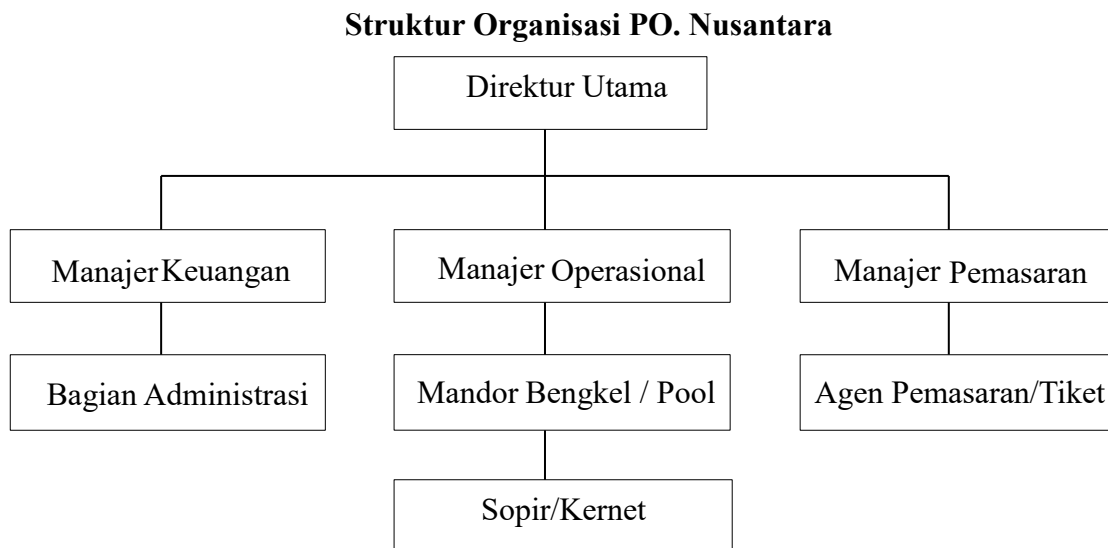
2.4 Lokasi Perusahaan

Lokasi kantor induk/pusat dari PO Nusantara berada di JL Getas Pejaten, No. 4, Kudus, Jawa Tengah, Indonesia. Akan tetapi, penelitian ini dilakukan pada cabang PO Nusantara yang berada di Jl. Setia Budi No.168, Srandol Kulon, Kec. Banyumanik, Kota Semarang, Jawa Tengah, 50263.

2.5 Struktur dan Deskripsi Kerja PO Nusantara

2.5.1 Struktur Organisasi

Struktur organisasi dapat dipahami sebagai pola pengaturan dalam suatu instansi yang menjelaskan pembagian pekerjaan, tanggung jawab, dan hubungan kerja antarbagian. Melalui struktur ini, setiap posisi memiliki peran yang jelas sehingga proses koordinasi dan pengambilan keputusan bisa berjalan lebih terarah.



Gambar 2.2 Struktur Organisasi

Sumber: PO Nusantara, 2025

2.5.2 Deskripsi Kerja PO Nusantara

Deskripsi kerja disusun berdasarkan praktik umum yang berlaku dalam industri Perusahaan Otobus di Indonesia, dan disesuaikan dengan struktur organisasi yang umum digunakan.

a) Direktur

- Menetapkan arah dan strategi jangka panjang perusahaan.
- Melakukan pengawasan menyeluruh terhadap semua unit kerja.
- Menjalin hubungan kerja sama dengan mitra bisnis dan instansi terkait.

b) Manajer Keuangan

- Menyusun dan mengelola anggaran keuangan perusahaan.
- Membuat laporan keuangan secara periodik.

- Memastikan kepatuhan terhadap regulasi akuntansi dan perpajakan.

c) Manajer Operasional

- Mengatur jadwal dan kegiatan operasional armada setiap hari.
- Mengawasi performa kru lapangan seperti sopir dan kernet.
- Memastikan pemeliharaan kendaraan dilakukan secara berkala.

d) Manajer Pemasaran

- Merancang strategi promosi layanan perusahaan.
- Melakukan analisis pasar dan tren konsumen.
- Mengelola citra perusahaan dan komunikasi publik.

e) Bagian Administrasi

- Mengelola dokumen dan arsip perusahaan.
- Menangani kebutuhan administrasi lintas departemen.
- Mendukung proses pelaporan dan surat menyurat.

f) Mandor Bengkel/Pool

- Memastikan kesiapan teknis seluruh armada.
- Mengawasi proses perawatan dan perbaikan kendaraan.
- Mengatur jadwal servis dan pemeriksaan rutin bus.

g) Agen Pemasaran

- Melayani penjualan tiket dan memberikan informasi rute.
- Membina hubungan baik dengan pelanggan.
- Menangani pertanyaan dan keluhan dari penumpang.

h) Sopir dan Kernet

- Mengoperasikan bus sesuai rute dan jadwal.
- Menjaga keselamatan dan kenyamanan penumpang.
- Membantu proses naik turun penumpang dan pengelolaan bagasi.

2.6 Jenis Layanan PO Nusantara

Pada media sosialnya, PO Nusantara mengklaim perusahaannya sebagai sebuah perusahaan jasa bergerak dalam bidang transportasi darat yang menyediakan berbagai macam bus dengan kualitas terbaik. Bus Nusantara memiliki ciri khas warna merah, kuning kecokelatan atau seperti oranye. Berikut merupakan jenis jenis layanan pada PO Nusantara.

Tabel 2.1 Jenis Layanan PO Nusantara

Gambar	Keterangan
Super Executive (<i>Signature Class</i>) 	- Konfigurasi kursi 2-1 (total 21 kursi). - Fasilitas: kursi elektrik dengan leg rest, layanan makanan, bantal & selimut, LCD TV pribadi, toilet, charging port. - Cocok untuk: perjalanan jarak jauh yang mewah.
Ek sekutif AC 	- Konfigurasi kursi 2-2 (sekitar 32 kursi). - Fasilitas: AC, kursi reclining, toilet onboard, bantal, selimut, charger, hiburan umum. - Cocok untuk: perjalanan menengah hingga jauh dengan kenyamanan baik.
Patas AC 	- Konfigurasi kursi 2-2 (sekitar 43 kursi). - Fasilitas: AC, kursi reclining, hiburan umum. - Cocok untuk: perjalanan antar kota berjangka waktu sedang.
Double Decker 	- Bus tingkat dengan desain modern. - Fasilitas: kursi nyaman, TV 24 jam, toilet bersih. - Cocok untuk: perjalanan jauh yang nyaman dan mewah.
Pariwisata (Symphonic) 	- Bus pariwisata premium. - Fasilitas: AC, reclining seat with footrest, GPS, audio visual, toilet. - Cocok untuk: perjalanan wisata rombongan.
Courier Service 	- Layanan pengiriman barang dan dokumen. - Cocok untuk: kebutuhan logistik antar kota di Pulau Jawa.

Sumber: PO Nusantara, 2025

2.7 Merek dan Tipe Armada PO Nusantara

PO Nusantara merupakan salah satu perusahaan otobus yang dikenal karena penggunaan armadanya yang berkualitas tinggi dan berasal dari merek internasional. Pada masa awal operasinya, perusahaan ini menggunakan bus eks-TNI seperti GAZ dan Ziel, kemudian berkembang dengan memakai berbagai sasis asal Eropa, termasuk Mercedes-Benz, Scania, dan Volvo.

Tabel 2.2 Merk dan Tipe Armada PO Nusantara

Merek	Tipe / Model
	• OH 1525 • OH 1526 • OH 1626, dan • OH 1830.
Scania 	• K 124 IB • K 380 IB. • K 310
Man 	• R R37 460 HP • RR4 430 HP Euro 3
Volvo 	• B12M

Sumber: PO Nusantara, 2025

2.8 Rute dan Layanan Pendukung PO Nusantara

PO Nusantara memiliki jaringan rute yang cukup luas, baik didalam maupun diluar pulau jawa yang dilayani dalam berbagai kelas seperti berikut.

Tabel 2.3 Rute dan Layanan Pendukung PO Nusantara

Rute dan Layanan	Deskripsi
AKAP (Antar Kota Antar Provinsi)	Contoh rute: Kudus–Jakarta, Kudus–Bandung, Kudus–Surabaya.
	
AKDP (Antar Kota Dalam Provinsi)	Contoh rute: Semarang–Kudus–Lasem.
	
Bus Pariwisata	Untuk kebutuhan wisata dengan pilihan armada eksklusif.
	
Courier Service	Layanan pengiriman barang dengan bus.
	

Sumber: PO Nusantara, 2025

2.9 Identitas Responden

Identitas responden merupakan keterangan lebih lanjut mengenai responden dengan data-data primer yang meliputi usia, pendidikan terakhir, pekerjaan, penghasilan

perbulan dan frekuensi penggunaan. Responden dalam penelitian ini adalah pengguna jasa PO Nusantara Kelas Eksekutif Jurusan Semarang-Jakarta dengan jumlah sebanyak 97 orang. Data pendukung dalam penelitian ini diperoleh dari kuesioner yang dibagikan kepada pengguna jasa PO Nusantara Kelas Eksekutif Jurusan Semarang-Jakarta.

2.9.1 Identitas Responden Berdasarkan Usia

Pada kuesioner didapatkan data mengenai Usia responden, Kriteria usia yang dimiliki responden penelitian ini dimulai dari usia 17 tahun, antara lain sebagai berikut:

Tabel 2.4 Usia Responden

No	Usia	Jumlah	Persentase (%)
1	<18	-	
2	26-30	55	56,7
3	31-35	32	33,0
4	36-40	8	8,2
5	>40	2	2,1
Total		97	100

Sumber: Data Primer yang diolah, 2025

Berdasarkan tabel 2.4, peneliti menemukan dominasi kelompok usia 26–30 tahun dalam penelitian ini mencerminkan bahwa pengguna jasa PO Nusantara mayoritas adalah individu di masa produktif. Pada rentang usia dewasa awal ini, seseorang umumnya memiliki mobilitas yang sangat dinamis serta tuntutan yang tinggi terhadap kualitas layanan. Hal ini menjadi poin krusial bagi penelitian, karena pilihan mereka dalam menggunakan jasa bus eksekutif merupakan hasil dari pertimbangan yang matang dan mandiri, sehingga penilaian yang mereka berikan mampu merepresentasikan kualitas layanan perusahaan secara lebih objektif.

2.9.2 Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pada kuesioner didapatkan data mengenai Pendidikan Terakhir responden, antara lain sebagai berikut:

Tabel 2.5 Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persentase (%)
1	Diploma	12	12,4
2	Sarjana	38	39,2
3	SMA	45	46,4
4	<SMA	2	2,1
Total		97	100

Sumber: Data Primer yang diolah, 2025

Berdasarkan tabel 2.5, peneliti menemukan dominasi lulusan SMA pada profil responden menunjukkan bahwa pengguna jasa bus ini berasal dari latar belakang pendidikan menengah. Karakteristik responden seperti ini biasanya menyeimbangkan antara pemahaman terhadap informasi layanan dengan realitas pengalaman yang mereka alami sendiri. Oleh karena itu, keputusan mereka untuk menggunakan jasa sangat dipengaruhi oleh sejauh mana layanan tersebut mampu memenuhi ekspektasi praktis mereka.

2.9.3 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pada kuesioner didapatkan data mengenai Pekerjaan responden, antara lain sebagai berikut:

Tabel 2.6 Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
1	Pegawai Swasta	32	21,6
2	Wirausaha	21	3,1
3	Pelajar?Mahasiswa	20	15,5
4	Pegawai BUMN	15	20,6
5	Ibu Rumah Tangga	6	33,0
6	PNS/TNI/POLRI	3	6,2
Total		97	100

Sumber: Data Primer yang diolah, 2025

Berdasarkan tabel 2.6, peneliti menemukan bahwa responden pada penelitian ini didominasi oleh pengguna yang memiliki latar belakang pekerjaan sebagai pegawai swasta, mempertegas bahwa pengguna jasa perusahaan adalah orang-orang dengan mobilitas yang dinamis. Hal ini membuat penilaian mereka sangat diperhitungkan, karena mereka merupakan subjek yang memang sering menggunakan moda transportasi ini dalam aktivitas rutin.

2.9.4 Identitas Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan

Pada kuesioner didapatkan data mengenai Penghasilan Perbulan responden, antara lain sebagai berikut:

Tabel 2.7 Penghasilan Perbulan

No	Penghasilan Perbulan	Jumlah	Persentase (%)
1	<1.000.000	15	15,5
2	1.000.000-3.000.000	32	33,0
3	>3.000.000-5.000.000	33	34,0
4	>5.000.000	17	17,5
Total		97	100

Sumber: Data Primer yang diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 2.7, peneliti menemukan bahwa responden dalam penelitian ini mayoritas berasal dari kelompok pendapatan menengah dengan penghasilan antara Rp3.000.000 hingga Rp5.000.000 setiap bulannya. Hal ini menggambarkan bahwa pengguna jasa umumnya memiliki kondisi ekonomi yang stabil, sehingga mereka lebih selektif dalam mengutamakan kenyamanan dan kualitas layanan. Dengan demikian, layanan bus ini terbukti sangat sesuai dengan kebutuhan serta kemampuan bayar masyarakat di kelas menengah.

2.9.5 Identitas Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan 1 Tahun Terakhir

Pada kuesioner didapatkan data mengenai Frekuensi Penggunaan responden dalam 1 tahun terakhir, antara lain sebagai berikut:

Tabel 2.8 Frekuensi Penggunaan

No	Frekuensi Penggunaan	Jumlah	Persentase (%)
1	<2	7	7,2
2	2-5	73	73,3
3	>5-10	15	15,5
4	>10	2	2,1
Total		97	100

Sumber: Data Primer yang diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 2.8, peneliti menunjukkan bahwa mayoritas responden hanya menggunakan layanan 2–5 kali dalam setahun menandakan tingkat intensitas yang masih tergolong rendah. Hal ini mengindikasikan bahwa kelas eksekutif PO Nusantara belum menjadi prioritas utama atau kebutuhan rutin, melainkan baru dipilih pada momen-momen tertentu saja. Kondisi ini mencerminkan bahwa loyalitas pelanggan belum cukup kuat untuk mendorong penggunaan yang lebih sering, meski layanan dianggap sudah layak. Kemungkinan adanya faktor penghambat seperti harga, pilihan jadwal, hingga persaingan dengan moda transportasi lain membuat konsumen belum terdorong untuk lebih intensif menggunakan jasa ini. Bagi manajemen, temuan ini merupakan sinyal penting untuk segera memperbaiki keterikatan pelanggan agar frekuensi penggunaan di masa depan bisa meningkat. layanan ini.