

## **BAB 6**

### **KESIMPULAN dan SARAN**

#### **6.1 Kesimpulan**

Setelah peneliti melakukan wawancara, melakukan penyebaran kuesioner, dan melakukan pengolahan data terhadap data yang telah diperoleh, maka dapat diperoleh beberapa kesimpulan berdasarkan tujuan penelitian yang telah ditetapkan di Bab 1. Berikut ini adalah beberapa kesimpulan yang telah diperoleh dair hasil penelitian yang telah dilakukan :

#### **1. Hal-hal yang dapat dilakukan oleh pihak Raka Travel untuk dapat meningkatkan kepuasan konsumen :**

- Menyediakan kantin di kantor dan *pool*.
- Mengganti *Internet Service Provider* yang menawarkan fasilitas internet yang stabil dan menambah kapasitas bandwidth internet *Wifi* agar fasilitas internet *Wifi* dapat lebih cepat.
- Menambah beberapa armada baru agar apabila terjadi kepadatan penumpang, paket dapat tetap dikirim tepat waktu.
- Menyediakan layanan *door to door* untuk konsumen.
- Menyediakan makanan berupa *snack* yang bervariasi dan minuman dengan kapasitas yang lebih besar.
- Meningkatkan kebersihan toilet di kantor dan *pool*.
- Membuat *Instagram* dan meningkatkan frekuensi promosi menggunakan media sosial *facebook* dan *instagram*.
- Melakukan perbaikan secara berkala terhadap seluruh armada atau kendaraan yang digunakan agar kesejukan udara didalam mobil tetap terjaga.
- Mengganti armada atau kendaraan yang memiliki umur pakai lebih dari 7 tahun dengan tujuan agar kendaraan lebih prima saat digunakan dan konsumen dapat lebih nyaman selama perjalanan.

- Menambah jumlah kursi tunggu didalam *pool* sehingga konsumen yang sedang menunggu dapat duduk dan tidak menunggu sambil berdiri.
- Menyediakan fasilitas internet Wifi didalam mobil, sehingga konsumen akan semakin nyaman dan dapat menikmati perjalanan.
- Melakukan kerja sama dengan pemilik kantin “Kopi Euy” dalam hal lahan parkir sehingga konsumen tidak mengalami kesulitan untuk mencari tempat parkir.
- Menyediakan fasilitas pembayaran menggunakan mesin EDC atau pembayaran secara debit dan credit card dengan kelengkapan bank-bank seperti Bank Mandiri, Bank BNI, dan Bank BRI.
- Mengganti papan nama Raka Travel dengan memberikan informasi yang lebih jelas pada papan nama seperti jenis layanan yang ditawarkan dan nomor yang dapat dihubungi.

## 2. Faktor-faktor apa saja yang dianggap penting oleh konsumen dalam memilih jasa Transportasi jenis Travel :

Dari hasil pengolahan kuesioner pendahuluan, terdapat 46 variabel yang dianggap penting oleh konsumen. Berikut adalah variabel-variabel yang dianggap penting oleh konsumen :

- Produk (*Product*) :
  - ✓ Kenyamanan mobil yang digunakan
  - ✓ Kesejukan udara di dalam mobil
  - ✓ Kebersihan Ruang di dalam mobil
  - ✓ Ketersediaan pengharum mobil
  - ✓ Ketersediaan jaringan internet di dalam mobil
  - ✓ Ketersediaan minuman untuk penumpang
  - ✓ Ketersediaan snack untuk penumpang
  - ✓ Kesesuaian jumlah penumpang sesuai kapasitas mobil
  - ✓ Kenyamanan tempat duduk di dalam mobil
  - ✓ Ketepatan waktu keberangkatan

- Harga (*Price*) :
  - ✓ Keterjangkauan harga kirim paket
  - ✓ Keterjangkauan harga tiket
- Promosi (*Promotion*) :
  - ✓ Frekuensi promosi menggunakan media sosial
  - ✓ Frekuensi promosi menggunakan banner atau pamflet
  - ✓ Kemenarikan desain dan isi promosi menggunakan media sosial
- Tempat (*Place*) :
  - ✓ Kejelasan papan nama travel yang dipasang
  - ✓ Lokasi travel yang mudah dijangkau
  - ✓ Kemudahan akses sarana transportasi menuju lokasi travel
  - ✓ Kemudahan lokasi tempat parkir di kantor travel
  - ✓ Ketersediaan lahan parkir yang memadai di kantor travel
- Orang (*People*) :
  - ✓ Keramahan karyawan pool saat melayani calon penumpang
  - ✓ Keramahan supir kepada penumpang
  - ✓ Keandalan supir dalam mengemudi
  - ✓ Kemampuan karyawan kantor dalam melayani keluhan penumpang
  - ✓ Kemampuan karyawan pool dalam melayani kebutuhan calon penumpang
- Proses (*Process*) :
  - ✓ Kelengkapan alternatif cara pembayaran
  - ✓ Ketepatan waktu pengiriman paket
  - ✓ Ketersediaan layanan Door To Door
- Bentuk Fisik (*Physical Evidence*) :
  - ✓ Kebersihan ruangan dalam kantor
  - ✓ Kebersihan ruangan dalam pool
  - ✓ Ketersediaan kantin di kantor
  - ✓ Ketersediaan kantin di pool

- ✓ Kesejukan udara di dalam kantor
- ✓ Kesejukan udara di dalam pool
- ✓ Kecukupan jumlah kursi tunggu di dalam kantor
- ✓ Kecukupan jumlah kursi tunggu di dalam pool
- ✓ Kenyamanan suasana di dalam kantor
- ✓ Kenyamanan suasana ruang tunggu di dalam pool
- ✓ Kecepatan fasilitas wifi di dalam kantor
- ✓ Kecepatan fasilitas wifi di dalam pool
- ✓ Kerapihan ruang di dalam kantor
- ✓ Kerapihan ruang tunggu di dalam pool
- ✓ Kebersihan toilet di dalam kantor
- ✓ Kebersihan toilet di dalam pool
- ✓ Kebersihan Wastafel di dalam Kantor
- ✓ Kebersihan Wastafel di dalam pool

### 3. Tingkat Kinerja yang dilakukan oleh pihak Raka Travel :

#### ✓ Kuadran 1

Pada daerah ini performansi perusahaan dan tingkat kepentingan konsumen mengenai atribut pada daerah ini adalah tinggi sehingga dapat dikatakan bahwa performansi perusahaan harus dipertahankan untuk memenuhi kepentingan konsumen. Variabel-variabel yang terdapat pada kuadran 1 adalah sebagai berikut :

- Ketersediaan jaringan internet di dalam mobil
- Frekuensi promosi menggunakan banner atau pamflet
- Lokasi travel yang mudah dijangkau
- Ketersediaan lahan parkir yang memadai di kantor travel
- Keramahan karyawan pool saat melayani calon penumpang
- Kebersihan ruangan dalam kantor
- Kebersihan ruangan dalam pool
- Kesejukan udara di dalam kantor
- Kecukupan jumlah kursi tunggu di dalam pool

- Kecepatan fasilitas wifi di dalam pool

✓ Kuadran 2

Pada daerah ini performansi perusahaan mengenai atribut adalah rendah tetapi tingkat kepentingan konsumen tinggi sehingga dapat dikatakan bahwa perusahaan harus meningkatkan performansinya agar dapat memenuhi tingkat kepentingan konsumen yang tinggi akan atribut tersebut. Variabel-variabel yang terdapat pada kuadran 2 adalah sebagai berikut :

- Kesejukan udara di dalam mobil
- Ketersediaan minuman untuk penumpang
- Ketepatan waktu keberangkatan
- Kemenarikan desain dan isi promosi menggunakan media sosial
- Kejelasan papan nama travel yang dipasang
- Kemudahan akses sarana transportasi menuju lokasi travel
- Keramahan supir kepada penumpang
- Kemampuan karyawan pool dalam melayani kebutuhan calon penumpang
- Ketepatan waktu pengiriman paket
- Ketersediaan layanan Door To Door
- Ketersediaan kantin di kantor
- Ketersediaan kantin di pool
- Kenyamanan suasana ruang tunggu di dalam pool
- Kecepatan fasilitas wifi di dalam kantor
- Kerapihan ruang di dalam kantor
- Kerapihan ruang tunggu di dalam pool
- Kebersihan toilet di dalam pool
- Kebersihan Wastafel di dalam pool

✓ Kuadran 3

Performansi perusahaan dan tingkat kepentingan konsumen mengenai atribut pada daerah ini adalah rendah sehingga dapat

dikatakan bahwa perusahaan seharusnya tidak perlu melakukan performansi yang sangat baik karena tingkat kepentingan konsumen yang rendah. Variabel-variabel yang terdapat pada kuadran 3 adalah sebagai berikut :

- Kebersihan Ruang di dalam mobil
  - Keterjangkauan harga kirim paket
  - Keterjangkauan harga tiket
  - Keandalan supir dalam mengemudi
  - Kesejukan udara di dalam pool
  - Kecukupan jumlah kursi tunggu di dalam kantor
  - Kebersihan toilet di dalam kantor
  - Kebersihan Wastafel di dalam Kantor
- ✓ Kuadran 4
- Kenyamanan mobil yang digunakan
  - Ketersediaan pengharum mobil
  - Ketersediaan snack untuk penumpang
  - Kesesuaian jumlah penumpang sesuai kapasitas mobil
  - Kenyamanan tempat duduk di dalam mobil
  - Frekuensi promosi menggunakan media sosial
  - Kemudahan lokasi tempat parkir di kantor travel
  - Kemampuan karyawan kantor dalam melayani keluhan penumpang
  - Kelengkapan alternatif cara pembayaran
  - Kenyamanan suasana di dalam kantor

**4. Kelebihan dan kelemahan yang dimiliki Raka Travel dibandingkan dengan kompetitornya saat ini :**

- Kelebihan Raka Travel :
  - ✓ Kebersihan Ruang di dalam mobil
  - ✓ Ketersediaan pengharum mobil
  - ✓ Kesesuaian jumlah penumpang sesuai kapasitas mobil

- ✓ Keterjangkauan harga kirim paket
- ✓ Keterjangkauan harga tiket
- ✓ Kejelasan papan nama travel yang dipasang
- ✓ Lokasi travel yang mudah dijangkau
- ✓ Kemudahan akses sarana transportasi menuju lokasi travel
- ✓ Keramahan karyawan pool saat melayani calon penumpang
- ✓ Keramahan supir kepada penumpang
- ✓ Keandalan supir dalam mengemudi
- ✓ Kemampuan karyawan kantor dalam melayani keluhan penumpang
- ✓ Kemampuan karyawan pool dalam melayani kebutuhan calon penumpang
- ✓ Kebersihan ruangan dalam kantor
- ✓ Kebersihan ruangan dalam pool
- ✓ Kesejukan udara di dalam kantor
- ✓ Kesejukan udara di dalam pool
- ✓ Kenyamanan suasana di dalam kantor
- ✓ Kenyamanan suasana ruang tunggu di dalam pool
- ✓ Kerapihan ruang di dalam kantor
- ✓ Kerapihan ruang tunggu di dalam pool
- Kekurangan Raka Travel :
  - ✓ Kenyamanan mobil yang digunakan
  - ✓ Kesejukan udara di dalam mobil
  - ✓ Ketersediaan jaringan internet di dalam mobil
  - ✓ Ketersediaan minuman untuk penumpang
  - ✓ Ketersediaan snack untuk penumpang
  - ✓ Kenyamanan tempat duduk di dalam mobil
  - ✓ Ketepatan waktu keberangkatan
  - ✓ Frekuensi promosi menggunakan media sosial
  - ✓ Frekuensi promosi menggunakan banner atau pamflet

- ✓ Kemerarikan desain dan isi promosi menggunakan media sosial
- ✓ Kemudahan lokasi tempat parkir di kantor travel
- ✓ Ketersediaan lahan parkir yang memadai di kantor travel
- ✓ Kelengkapan alternatif cara pembayaran
- ✓ Ketepatan waktu pengiriman paket
- ✓ Ketersediaan layanan Door To Door
- ✓ Ketersediaan kantin di kantor
- ✓ Ketersediaan kantin di pool
- ✓ Kecukupan jumlah kursi tunggu di dalam kantor
- ✓ Kecukupan jumlah kursi tunggu di dalam pool
- ✓ Kecepatan fasilitas wifi di dalam kantor
- ✓ Kecepatan fasilitas wifi di dalam pool
- ✓ Kebersihan toilet di dalam kantor
- ✓ Kebersihan toilet di dalam pool
- ✓ Kebersihan Wastafel di dalam Kantor
- ✓ Kebersihan Wastafel di dalam pool

**5. *Segmenting, Targetting, dan Positioning* yang tepat untuk Raka Travel adalah sebagai berikut :**

- ✓ ***Targeting* :**
  - Target utama konsumen Raka Travel adalah pegawai atau karyawan (49%)
  - Domisil Kota Serang (41%)
  - Frekuensi menggunakan Raka Travel 2-3 kali dalam 6 bulan (47%)
  - Kisaran harga yang diharapkan oleh konsumen Rp. 100.000 < Harga ≤ Rp. 125.000 (58%)
  - Alasan utama memilih Raka Travel adalah mobil yang bersih dan wangi (28%)
  - Tujuan menggunakan Raka Travel untuk bepergian ke luar kota (76%)
  - Harapan akan ketersediaan layanan *Door To Door* (100%)

- Harapan akan ketersediaan makanan dan minuman selama perjalanan (89%)
- Harapan akan ketersediaan fasilitas internet wifi didalam mobil (100%)

Berdasarkan jawaban-jawaban tersebut, dapat disimpulkan target dari Raka Travel adalah pegawai atau karyawan yang menggunakan Raka Travel untuk bepergian ke luar kota, menggunakan Raka Travel 2-3 kali dalam 6 bulan, berdomisili di Kota Serang, kisaran harga tiket Rp. 100.000 < Harga ≤ Rp. 125.000, mobil yang bersih dan wangi, terdapat layanan *door to door*, terdapat makanan dan minuman selama perjalanan, dan terdapat fasilitas wifi didalam mobil.

✓ **Positioning :**

Usulan *positioning* yang diberikan kepada pihak Raka Travel didasarkan pada hasil dari pengolahan data menggunakan metode *Correspondence Analysis* (CA), metode *Importance Performance Analysis* (IPA), Uji Hipotesis dan *targeting*. Usulan *positioning* yang diberikan kepada Raka Travel adalah harga tiket yang terjangkau dimana Raka Travel menawarkan harga tiket Rp 125.000 untuk 1 kali perjalanan sedangkan pihak *M'GO Shuttle Premium* menawarkan harga tiket sebesar Rp 135.000 untuk 1 kali perjalanan, terdapat *snack* untuk penumpang dimana Raka Travel menyediakan *snack* yang bervariasi, dan terdapat pengharum mobil dimana setiap mobil yang digunakan menggunakan pengharum mobil dengan jenis keharuman yang berbeda, dan usulan *positioning* tersebut sesuai dengan slogan “*We Provide Quality Not Quantity.*” Dimana pada slogan tersebut pihak Raka Travel mengutamakan kualitas pelayanan yang baik dengan tujuan agar konsumen selalu merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan.

**6. Usulan strategi pemasaran yang tepat yang dapat diberikan kepada pihak Raka Travel dan dapat diterapkan oleh pihak Raka Travel agar Raka Travel dapat menarik kembali minat konsumen dan meningkatkan jumlah penumpang serta mampu bersaing dengan kompetitornya saat ini**

:

- Menyediakan kantin di kantor untuk pegawai.
- Mengganti provider fasilitas internet yang menjamin tidak akan terjadi gangguan dan apabila terdapat gangguan dapat segera ditangani.
- Mengusulkan penambahan beberapa kendaraan baru sehingga apabila terjadi kepadatan penumpang, banyaknya paket yang harus dikirimkan, dan kendaraan mengalami kendala, paket tetap dapat dikirimkan bersamaan dengan jadwal keberangkatan penumpang.
- Menyediakan kembali layanan *door to door* dan mengawasi pelaksanaannya agar dapat berjalan dengan baik.
- Menyediakan kantin di *pool*.
- Merekrut petugas khusus untuk membersihkan toilet di *pool*.
- Memperbanyak frekuensi promosi menggunakan media sosial *facebook* dan membuat *instagram* sebagai sarana untuk melakukan promosi selain menggunakan *facebook*.
- Menyediakan wastafel didalam *pool*.
- Memperbaiki mobil yang digunakan dan rutin untuk melakukan perawatan pada kendaraan yang digunakan dengan tujuan agar udara didalam mobil kembali sejuk atau dengan kata lain AC mobil kembali dingin dan mobil akan selalu dalam keadaan baik pada saat digunakan.
- Memastikan selalu tersedia air mineral untuk penumpang dan menyediakan minuman untuk konsumen berupa air mineral dalam kemasan botol dan sebaiknya air mineral yang diberikan kepada penumpang memiliki ukuran yang lebih besar.
- Menghimbau kepada supir yang bertugas pada pagi hari agar datang lebih awal, dan supir yang bertugas pada malam hari agar selalu siaga.

- Menambah kapasitas *bandwidth* dari Internet wifi dari 10 Mbps menjadi 50 Mbps.
- Menambah jumlah kursi tunggu di dalam *pool*, dengan tujuan agar semua konsumen dapat menunggu sambil duduk dan tidak ada konsumen yang menunggu sambil berdiri.
- Menyediakan fasilitas internet wifi didalam mobil.
- Melakukan koordinasi dengan pemilik Kantin “Kopi Euy” untuk melakukan kerja sama dalam hal lahan parkir.
- Lebih sering melakukan promosi menggunakan *banner* atau *pamflet* dengan tujuan agar semakin banyak orang yang mengetahui mengenai promosi yang dilakukan oleh pihak Raka Travel.
- Memperhatikan kebersihan dari toilet yang digunakan didalam kantor.
- Menghimbau petugas kebersihan didalam kantor agar lebih memperhatikan kebersihan wastafel dan menyediakan sabun untuk mencuci tangan bagi konsumen.
- Menambah jumlah kursi tunggu yang semula berjumlah 4 buah menjadi 12 buah atau 16 buah.
- Memastikan bahwa *snack* sudah dimasukkan ke dalam mobil, dan memastikan bahwa stok roti tetap tersedia setiap harinya.
- Bekerja sama dengan pemilik Kantin “Kopi Euy” yang letaknya berseberangan dengan kantor Raka Travel.
- Menyediakan layanan pembayaran non tunai menggunakan Bank lain selain Bank BCA, seperti Bank Mandiri, Bank BNI, dan Bank BRI yang umum digunakan oleh konsumen dalam melakukan transaksi pembayaran non tunai.
- Menyediakan bantal kecil dengan jumlah yang sesuai dengan kapasitas penumpang di dalam mobil yaitu 10 buah bantal dan memastikan bahwa didalam setiap mobil yang digunakan tersedia bantal kecil untuk penumpang.
- Meningkatkan frekuensi promosi menggunakan media sosial *facebook* dan membuat *instagram* sebagai sarana untuk melakukan promosi.

- Memperbaiki kendaraan agar udara di dalam mobil dapat lebih sejuk, dan apabila membawa beban berat dengan kecepatan tinggi mobil tetap terasa nyaman.

## 6.2 Saran

Saran yang diberikan memiliki tujuan untuk penelitian-penelitian selanjutnya agar dapat lebih baik lagi dalam memilih Transportasi jenis travel, adalah sebagai berikut :

- Sebaiknya pihak Raka Travel dapat menerapkan usulan-usulan yang diberikan peneliti berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan tujuan agar Raka Travel dapat meningkatkan jumlah penumpang dan jumlah pendapatannya.
- Sebaiknya dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai performansi karyawan yang bekerja di Raka Travel berdasarkan motivasi dan kepuasan.
- Sebaiknya untuk penelitian selanjutnya melakukan analisis SWOT untuk membuat strategi jangka panjang.
- Sebaiknya untuk penelitian selanjutnya dalam melakukan penyusunan kuesioner pendahuluan dan kuesioner penelitian, variabel-variabel yang akan digunakan tidak menggunakan kata “Ketersediaan”. Hal tersebut disebabkan penggunaan kata “Ketersediaan” tidak tepat digunakan untuk penyusunan kuesioner.
- Sebaiknya untuk penelitian selanjutnya dalam melakukan penyusunan kuesioner untuk mengetahui profil responden, seperti frekuensi menggunakan Raka Travel dalam menentukan *range* pada pilihan sebaiknya tidak beririsan. Hal tersebut dapat membuat responden yang melakukan pengisian kuesioner tidak dapat melakukan pengisian kuesioner dengan tepat.