

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan *traveling* di Indonesia mengalami peningkatan yang menarik sepanjang tahun 2013 sampai saat ini. Travel kini dinilai praktis oleh masyarakat sebagai alat transportasi umum. Karena saat ini dibutuhkan suatu transportasi yang cepat, nyaman dan aman sehingga banyak orang memilih travel untuk perjalanan antara kota. Dampak peningkatan kegiatan perekonomian saat ini di Indonesia, khususnya Kota Bandung sebagai salah satu kota tujuan wisata. Selain menjadi salah satu tujuan wisata, Kota Bandung juga terkenal sebagai kota pendidikan dan salah satu tujuan beberapa masyarakat dari kota besar untuk mencari pekerjaan. Adanya ketertarikan masyarakat dalam menggunakan jasa travel sebagai alat transportasi umum membuat tingkat persaingan usaha jasa Travel semakin meningkat dan memicu pengusaha membuat inovasi yang beragam. Salah satu usaha travel yang bernama Baraya Travel dengan jurusan Bandung-Bekasi.

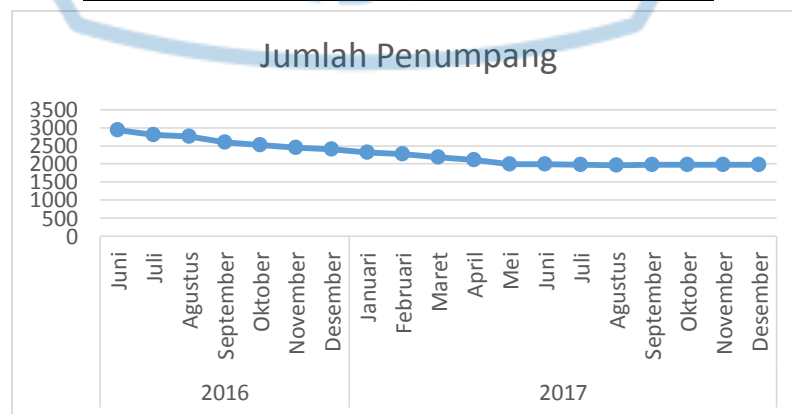
Pada jurusan Bandung-Bekasi, Baraya Travel bersaing dengan Kereta api, Bus Prima Jasa, Lintas Shuttle, Pasteur Trans & X-trans yang merupakan alat transportasi lain dari Bekasi menuju Bandung dan sebaliknya. Baraya Travel sempat mengalami peningkatan penumpang pada Tahun 2014 karena harga yang paling murah. Setelah di evaluasi oleh Baraya Travel, Baraya Travel mengalami masalah penurunan penumpang. Biasanya dalam 1 hari BARAYA Travel bisa mendapatkan rata-rata 100-110 orang, namun terdapat penurunan jumlah penumpang menjadi sekitar 55-70 orang. Hal tersebut disimpulkan dari data jumlah penumpang yang sudah di kumpulkan oleh peneliti dari bulan Juni 2016 hingga Desember 2017 berdasarkan data jumlah penumpang yang dimiliki oleh BARAYA Travel. Data jumlah penumpang dari bulan Januari 2018 hingga Juni 2018 tidak dicantumkan, oleh peneliti karena penurunan yang terjadi sedikit ekstrim disebabkan oleh adanya pembangunan

pengembangan *infrastruktur* di jalur tol Cikarang Barat berupa jalur LRT, Kereta Cepat Jakarta-Bandung & tol Jakarta-Cikampek *Elevated II*.

Berdasarkan data penurunan jumlah penumpang dibawah, dapat dihitung bahwa antara bulan Juni 2016 dan Desember 2017 terdapat penurunan jumlah penumpang sebanyak 965 orang atau 44,3%.

Tabel 1.1  
Data Penurunan Jumlah Penumpang Jurusan Bandung-Bekasi

Tahun/Bulan		Jumlah Penumpang
2016	Juni	2940
	Juli	2803
	Agustus	2766
	September	2605
	Oktober	2520
	November	2456
	Desember	2400
2017	Januari	2316
	Februari	2267
	Maret	2178
	April	2106
	Mei	1988
	Juni	1990
	Juli	1974
	Agustus	1967
	September	1971
	Oktober	1970
	November	1973
	Desember	1975



Gambar 1.1  
Grafik Data Penurunan Jumlah Penumpang

## 1.2 Identifikasi Masalah

Setelah kemunculan pesaing dimana terjadi penurunan jumlah penumpang, maka Baraya Travel perlu mempertimbangkan faktor-faktor yang ada untuk dapat kembali meningkatkan jumlah penumpang dan pendapatan. Berikut beberapa kemungkinan penyebab terjadinya penurunan jumlah penumpang di Baraya Travel :

1. Tidak diketahui faktor apa saja yang dipentingkan konsumen dalam memilih jasa travel.
2. Kinerja dari Baraya Travel belum sesuai dengan harapan konsumen
3. Rendahnya kepuasan konsumen terhadap di Baraya Travel.
4. Baraya Travel tidak mampu bersaing dengan kompetitor yang sama-sama bergerak di bidang travel pada jurusan Bandung-Bekasi.
5. Belum diketahui *Segmentation, Targeting, dan Positioning* dari Baraya Travel yang tepat.
6. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Baraya Travel kurang Tepat.

## 1.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi

Pada penelitian ini diberikan pembatasan masalah dan asumsi agar tidak menyimpang dari tujuan penelitian dan lingkup pembahasan. Pembatasan masalah dan asumsi tersebut adalah :

1. Persaingan dengan angkutan jasa lain seperti bus Prima Jasa (Antar Kota) atau Kereta Api tidak dibahas dikarenakan keterbatasan waktu dan biaya.

## 1.4 Perumusan Masalah

Perumusan-perumusan masalah yang akan dilakukan didalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Faktor-faktor apa saja yang dianggap penting oleh konsumen dalam memilih jasa travel?
2. Bagaimana kinerja Baraya Travel dari hasil penelitian yang dilakukan?

3. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan oleh Baraya Travel?
4. Bagaimana kelebihan dan kelemahan dari Baraya Travel dibandingkan dengan pesaingnya?
5. Bagaimana *Segmentation*, *Targeting*, dan *Positioning* Baraya Travel dari hasil penelitian?
6. Usulan strategi pemasaran yang bagaimana yang akan diberikan kepada pihak Baraya Travel agar dapat menarik kembali minat pelanggan?

### 1.5 Tujuan Penelitian

Setelah menentukan perumusan masalah, maka yang akan menjadi tujuan penelitian ini adalah untuk :

1. Mengetahui faktor-faktor apa saja yang dianggap penting oleh konsumen dalam memilih jasa travel.
2. Mengetahui kepuasan yang dirasakan konsumen terhadap kinerja yang diberikan oleh Baraya Travel.
3. Mengetahui hasil dari *Segmentation*, *Targeting*, dan *Positioning* Baraya Travel dari hasil penelitian.
4. Mengetahui kelebihan dan kelemahan dari Baraya Travel dibandingkan dengan pesaingnya.
5. Mengetahui usulan perbaikan strategi pemasaran seperti yang akan diberikan kepada Baraya Travel agar dapat menarik kembali minat pelanggan.

### 1.6 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pengolahan, penganalisisan serta pemecahan masalah dengan lebih terstruktur, maka penulisan laporan ini disusun menurut sistematika sebagai berikut :

**BAB 1 PENDAHULUAN**

Berisi gambaran mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian dan sistematika penulisan yang memberikan gambaran umum mengenai penelitian yang dilakukan.

**BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA**

Berisi konsep-konsep yang dapat dijadikan acuan secara teoritis dalam menyelesaikan suatu masalah. Tinjauan pustaka ini berisikan definisi dan metode-metode yang digunakan dalam usaha pencarian solusi pemecahan masalah pada penelitian ini.

**BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN**

Berisi langkah-langkah sistematis dalam melakukan penelitian yang digambarkan dalam bentuk flowchart, dimulai dari penelitian pendahuluan hingga akhir penelitian.

**BAB 4 PENGUMPULAN DATA**

Berisi data umum perusahaan, data yang didapat dari hasil penyebaran kuesioner dan data-data lainnya yang akan digunakan dalam melakukan penelitian.

**BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS**

Bab ini berisi tentang pengolahan data sesuai dari data-data yang sudah diperoleh serta analisis dari hasil pengolahan data tersebut.

**BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisikan kesimpulan seluruh hasil pengolahan data dan analisis yang telah dilakukan oleh peneliti. Selain itu, pada bab ini juga akan diberikan saran perbaikan bagi perusahaan yang diteliti untuk memecahkan masalah yang dihadapi.