

## **BAB 6**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **6.1 KESIMPULAN**

Berdasarkan pengolahan data dan analisis yang dilakukan pada bab 5, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

##### **6.1.1 Faktor – faktor yang dianggap penting oleh konsumen dalam memilih jasa travel adalah :**

- Harga yang terjangkau
- Ketepatan jam keberangkatan sesuai dengan jadwal
- Pelayanan yang memuaskan dari segi keramahan karyawan
- Kesopanan supir terhadap konsumen
- Kebersihan di dalam *pool*
- Kenyamanan aroma di mobil
- Tersedia asuransi kecelakaan khusus dari pihak travel
- Tersedia fasilitas yang menunjang bagi konsumen selama konsumen menunggu jam keberangkatan seperti Wi-fi / TV
- Disediakan minuman / *snack* untuk di perjalanan
- Informasi yang *up-to date* seperti jam keberangkatan, promo & diskon yang sedang berlaku di website / media social lainnya seperti Instagram atau facebook.

##### **6.1.2 Berikut ini tingkat kinerja yang dimiliki oleh Baraya Travel berdasarkan hasil penelitian adalah :**

###### a. Kuadran 1

- Kenyamanan tempat duduk didalam mobil
- Kualitas /Performansi mobil yang digunakan (AC dingin, mobil tidak mogok)
- Kebersihan ruang didalam mobil
- Kualitas jasa kirim Paket
- Keterjangkauan harga kirim paket

- Posisi papan nama dari travel
  - Kemudahan lokasi travel (lokasi strategis, dekat dengan fasilitas umum)
  - Kemenarikan Promosi melalui jejaring media sosial (Facebook, twitter, Instagram)
  - Kesiapan karyawan travel dalam melayani konsumen
  - Kesabaran karyawan travel dalam melayani konsumen
  - Keramahan supir travel
  - Kemampuan cepat tanggap karyawan travel dalam mengatasi masalah
  - Kelengkapan alternatif cara pembayaran (Cash, Credit / Debit, pembayaran melalui online)
  - Kecepatan pelayanan (pemesanan tiket, dll) yang diberikan oleh pihak travel
  - Ketepatan waktu pengiriman (pengantaran) paket
  - Kualitas fasilitas untuk mencharge hp bagi konsumen (tersedia port khusus)
  - Kelengkapan jenis makanan di kantin pool
  - Kesejukan udara di ruang tunggu pool (ada fasilitas pendingin di ruangan)
- b. Kuadran 2 (yang menjadi fokus utama perubahan)
- Kebersihan di dalam *pool*
  - Keramahan karyawan saat melayani konsumen
- c. Kuadran 3 (fokus perubahan dengan tingkat kepentingan rendah)
- Ketepatan jam keberangkatan travel jurusan Bandung-Bekasi PP
  - Kesopanan karyawan travel
  - Kehandalan supir dalam mengemudikan mobil
  - Keterjangkauan harga tiket travel untuk jurusan Bandung-Bekasi

- Kenyamanan aroma didalam mobil
  - Kemudahan akses saran transportasi (angkutan umum) menuju lokasi travel
  - Kebersihan toilet di dalam *pool*
- d. Kuadran 4
- Alternatif jam keberangkatan travel jurusan Bandung-Bekasi PP
  - Kemenarikan promosi melalui event-event tertentu
  - Kenyamanan suasana ruang tunggu di dalam *pool* (tempat duduk, hiburan selama menunggu)

### 6.1.3 Tingkat Kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan oleh Baraya Travel

Tingkat ketidakpuasan konsumen terhadap Baraya Travel mencapai 56.25% berdasarkan jumlah variabel yang puas dan tidak puas yaitu 18 variabel dan 14 variabel, serta 5 variabel usulan untuk meningkatkan kualitas pelayanan dari Baraya Travel. Hal-hal yang dapat dilakukan oleh pihak Baraya Travel untuk dapat meningkatkan kepuasan konsumen :

- Memperbaiki ketepatan jam keberangkatan dengan cara menyediakan armada cadangan untuk menggantikan armada yang dibutuhkan
- Mentraining karyawan atau membuat standar kualitas pelayanan konsumen
- Menyediakan pekerja untuk menjaga kebersihan *pool* sehingga tidak ada sampah yang tertinggal di bangku
- Menambah jumlah tempat sampah yang khusus disediakan bagi konsumen di beberapa titik dekat tempat duduk
- Mengadakan *training* khusus bagi supir yang baru mengenal daerah baru
- Mengadakan pengenalan armada terutama dalam hal bagaimana cara mengoptimalkan performansi armada serta tetap menjaga kualitas dari armada yang dipercayakan

- Menyediakan pengharum mobil disetiap armada yang dimiliki oleh Baraya Travel.
- Membuat tempat khusus untuk melindungi mesin yang terbuat dari port besi atau dibuatkan pembatas khusus dari *stainless / alumunium Steel*
- Merancang ulang jarak antar kursi penumpang
- Memberikan penugasan kepada karyawan secara bergilir untuk bertanggung jawab membersihkan toilet dan memberikan pengharum toilet.
- Menyediakan fasilitas hiburan seperti *Wi-fi* atau TV agar konsumen merasa nyaman saat menunggu jadwal keberangkatan.
- Melakukan promosi melalui media sosial & selalu *update*
- Menyediakan mesin pembayaran debit untuk bank-bank yang sering digunakan oleh konsumen
- Memiliki asuransi tersendiri bagi penumpang/konsumen
- Menyediakan *snack* atau minuman kemasan bagi konsumen yang menggunakan jasa travel
- Melakukan promosi melalui media cetak untuk menjangkau target pasar
- Menyediakan layanan Antar-Jemput yang dilakukan di hari biasa atau *weekday*

**6.1.4 Menurut hasil analisis menggunakan metode *Corresponden Analysis* (CA), berikut yang menjadi keunggulan dari Baraya Travel yaitu:**

- Keterjangkauan harga tiket travel untuk jurusan Bandung-Bekasi PP
- Keterjangkauan harga kirim paket
- Kemudahan akses saran transportasi (angkutan umum) menuju lokasi travel
- Posisi papan nama dari travel
- Kesiapan karyawan travel dalam melayani konsumen
- Kesabaran karyawan travel dalam melayani konsumen
- Kesopanan supir travel

- Kemampuan cepat tanggap karyawan travel dalam mengatasi masalah
- Keterbukaan pihak travel untuk menerima kritik dan saran
- Kelengkapan alternatif cara pembayaran (Cash, Credit / Debit, pembayaran melalui online)
- Kecepatan pelayanan (pemesanan tiket, dll) yang diberikan oleh pihak travel
- Ketepatan waktu pengiriman (pengantaran) paket
- Kelengkapan jenis makanan di kantin pool

Dan berikut ini merupakan ketidak-unggulan dari Baraya Travel :

- Kenyamanan tempat duduk didalam mobil
- Kualitas /Performansi mobil yang digunakan (AC dingin, mobil tidak mogok)
- Kebersihan ruang didalam mobil
- Kenyamanan aroma didalam mobil
- Ketersediaan asuransi kecelakaan
- Alternatif jam keberangkatan travel jurusan Bandung-Bekasi PP
- Kualitas jasa kirim Paket
- Ketersediaan snack atau minuman untuk perjalanan menggunakan travel
- Kemudahan lokasi travel (lokasi strategis, dekat dengan fasilitas umum)
- Ketersediaan Promosi melalui media cetak (Koran/Majalah)
- Kemenarikan Promosi melalui jejaring media sosial (Facebook, twitter, Instagram)
- Kemenarikan promosi melalui event-event tertentu
- Keramahan karyawan travel saat melayani konsumen
- Keramahan supir travel
- Kesopanan karyawan travel
- Kehandalan supir dalam mengemudikan mobil
- Ketepatan jam keberangkatan travel jurusan Bandung-Bekasi PP

- Ketersediaan layanan Antar-Jemput (Door To Door)
- Kebersihan didalam pool
- Kebersihan toilet di dalam pool
- Kenyamanan suasana ruang tunggu di dalam pool (tempat duduk, hiburan selama menunggu)
- Kualitas fasilitas untuk mencharge hp bagi konsumen (tersedia port khusus)
- Kesejukan udara di ruang tunggu pool (ada fasilitas pendingin di ruangan)
- Ketersediaan fasilitas Wi-Fi di dalam pool

**6.1.5 *Segmentation, Targeting, & Positioning* yang tepat untuk Baraya Travel adalah sebagai berikut :**

- Segmentasi dilakukan berdasarkan jenis kelamin, status konsumen (Mahasiswa, Pegawai/karyawan), penghasilan per bulan, domisili dari konsumen, frekuensi penggunaan travel, budget yang dikeluarkan oleh konsumen, pengaruh & tujuan dalam menggunakan jasa travel, informasi mengenai jasa travel, jenis promosi yang diinginkan oleh konsumen, dan media social yang sering digunakan oleh konsumen.
- Target dari Baraya Travel yaitu konsumen pria dan wanita dengan Status mahasiswa, dan karyawan yang berasal dari daerah Bandung Barat & Bandung Utara, dengan frekuensi penggunaan travel sebesar <3 kali – 10 kali per bulan, dengan budget yang disiapkan oleh konsumen menggunakan jasa travel sebesar Rp 80.000 – Rp 100.000. Baraya Travel akan melakukan promosi jasa melalui Instagram & Facebook dan memastikan bahwa informasi yang diberikan selalu *Update*. Jenis promosi yang ingin diberikan adalah pemberian tiket gratis untuk 1x perjalanan setelah melakukan 10x perjalanan, harga normal pada saat hari besar dan hari libur nasional serta pembelian tiket PP (Pulang-Pergi) dengan paket

harga yang lebih murah. Dan akan disediakan minuman kemasan atau *snack* untuk diperjalanan.

- *Positioning* Baraya Travel yaitu melakukan perbaikan terhadap variabel:
  - Keramahan karyawan travel saat melayani konsumen
  - Kebersihan didalam pool
  - Alternatif jam keberangkatan travel jurusan Bandung-Bekasi PP
  - Ketepatan jam keberangkatan
  - menambahkan beberapa fasilitas serta pelayanan berupa :
  - menyediakan fasilitas Wi-fi,
  - Kenyamanan tempat duduk didalam mobil
  - Membuat layanan jasa baru berupa layanan antar-jemput / *door-to-door*

Sedangkan untuk variabel Keterjangkauan harga tiket travel untuk jurusan Bandung-Bekasi PP sudah menjadi *positioning* saat ini dan akan dipertahankan

*Positioning* yang akan dilakukan adalah membuat *image* Baraya Travel travel dengan harga yang terjangkau mengutamakan kualitas kinerja, pelayanan yang memuaskan bagi konsumen.. Sehingga untuk meningkatkan minat konsumen yang baru dan meningkatkan tingkat kepuasan konsumen terhadap kinerja Baraya Travel dengan slogan “*High Quality at Performance With Low Price*”

#### **6.1.6 Usulan diberikan pada Baraya agar dapat memberikan kenyamanan terhadap konsumen yang menggunakan jasa Baraya Travel**

Usulan yang diberikan sesuai strategi *segmenting* dan *targeting*, yang diharapkan dapat menarik minat konsumen. Usulan diberikan berdasarkan prioritas perbaikan yang diantaranya :

- Usulan perbaikan ketepatan jam keberangkatan dengan menambah armada atau mobil sehingga jika ada keterlambatan kedatangan yang

disebabkan oleh kemacetan tak terduga, Baraya Travel tetap bias memberangkatkan konsumen sesuai dengan jam keberangkatan dengan armada pengganti.

- Usulan perbaikan keramahan karyawan saat melayani konsumen dengan membuat standar pelayanan konsumen agar sesuai dengan slogan baru “Kualitas & Kenyamanan Konsumen yang Utama”.

## 6.2 SARAN

Saran yang diberikan bertujuan untuk dijadikan bahan masukan dan pertimbangan bagi Baraya Travel agar dapat lebih baik lagi untuk kedepannya, yaitu :

1. Sebaiknya Baraya merealisasikan usulan-usulan yang sudah diberikan agar dapat menarik minat konsumen dan meningkatkan pendapatan Baraya Travel.
2. Sebaiknya Baraya Travel melakukan koordinasi dengan masing-masing divisi untuk melakukan perbaikan kualitas dan melakukan inovasi.
3. Sebaiknya Baraya Travel menambah jumlah armada untuk dijadikan cadangan jika terjadi situasi yang diluar dugaan atau perhitungan.
4. Sebaiknya dilakukan penelitian tentang persaingan terhadap travel & alat transportasi lainnya seperti Bus antar kota dan kereta api agar dapat lebih bersaing dengan alat transportasi lainnya.