

ANALISIS PERSAINGAN PERUSAHAAN JASA ANGKUTAN JURUSAN BANDUNG – CIREBON BERDASARKAN PERSEPSI KONSUMEN (Studi Kasus di PT. Fortuna Purwamandiri)

Agustin Luky Mulyani; Jimmy Gozaly
A_LUKYQQ@yahoo.com; jimmy.gozaly@eng-maranatha.edu

Abstrak

Seiring dengan kemajuan jaman, alat transportasi telah menjadi kebutuhan yang mendasar. Selain kendaraan pribadi, ada banyak alternatif jasa angkutan umum yang dapat dipilih untuk bepergian keluar kota. PT. Fortuna Purwamandiri adalah salah satu dari sekian banyak perusahaan yang ikut bersaing dalam menawarkan jasa angkutan. Perusahaan ini menyediakan 4 rute perjalanan yang dapat dipilih, yaitu Bandung–Cirebon, Bandung–Tegal, Bandung–Pekalongan dan Bandung–Semarang. Dimana dari 4 rute tersebut, menurut perusahaan jurusan Bandung–Cirebon adalah rute yang paling menguntungkan. Menurut manager operasional perusahaan, pesaing utama untuk jurusan ini adalah 4848 travel. Dan dari data yang diperoleh, jumlah penumpang untuk 4 tahun terakhir (2000-2003), cenderung tidak mengalami peningkatan. Faktor-faktor penyebab adanya penurunan ini, antara lain karena adanya perpindahan konsumen pada jasa angkutan lainnya, serta ditambah lagi dengan adanya persaingan dengan perusahaan jasa angkutan serupa, yang sama-sama menyediakan jurusan Bandung–Cirebon. Oleh karena itu, perusahaan perlu mempertimbangkan faktor-faktor tersebut agar dapat meningkatkan pangsa pasarnya. Dengan demikian, maka perusahaan perlu mengetahui faktor apa saja yang menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih jasa angkutan, dan bagaimana persepsi konsumen terhadap perusahaan dibandingkan dengan pesaing utamanya, sehingga dapat diketahui upaya-upaya yang perlu dilakukan untuk meningkatkan daya saing perusahaan.

Berdasarkan hal-hal tersebut, penulis bermaksud untuk melakukan analisis persaingan pada perusahaan jasa angkutan jurusan Bandung–Cirebon yaitu Fortuna travel dan pesaing utamanya yaitu 4848 travel, berdasarkan persepsi konsumen, dengan menggunakan variabel penelitian bauran pemasaran 7P (Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence) serta pengolahan data menggunakan Correspondence Analysis.

Kata kunci : Jasa Angkutan, Persaingan, Persepsi konsumen.

1. Pendahuluan

Seiring dengan kemajuan jaman, alat transportasi telah menjadi kebutuhan yang mendasar. Selain kendaraan pribadi, ada banyak alternatif jasa angkutan umum yang dapat dipilih untuk bepergian keluar kota.

PT. Fortuna Purwamandiri adalah salah satu dari sekian banyak perusahaan yang ikut bersaing dalam menawarkan jasa angkutan. Perusahaan ini menyediakan empat rute perjalanan yang dapat dipilih, yaitu

Bandung–Cirebon, Bandung–Tegal, Bandung–Pekalongan dan Bandung–Semarang.

Menurut perusahaan, rute yang paling menguntungkan adalah jurusan Bandung–Cirebon karena jurusan ini memiliki frekuensi jam keberangkatan yang lebih banyak sehingga memiliki jumlah penumpang yang lebih besar dibandingkan jurusan lainnya. Dan dari wawancara yang dilakukan dengan manager operasional perusahaan, diketahui bahwa pesaing utama untuk jurusan ini adalah 4848 travel. Berdasarkan data yang diperoleh, jumlah penumpang untuk jurusan Bandung–Cirebon pada tahun 2000 adalah 9820 orang; tahun 2001, 9789 orang; tahun 2002, 9841 orang; tahun 2003, 9773 orang. Dari data tersebut, terlihat bahwa jumlah penumpang untuk empat tahun terakhir cenderung tidak mengalami peningkatan. Faktor-faktor penyebab adanya penurunan penumpang pada Fortuna travel ini, antara lain karena adanya perpindahan konsumen pada jasa angkutan lainnya, seperti bis, maupun kereta api, serta ditambah lagi dengan adanya persaingan dengan perusahaan jasa angkutan serupa, yang sama-sama menyediakan jurusan Bandung–Cirebon. Oleh karena itu, perusahaan perlu mempertimbangkan faktor-faktor tersebut agar dapat meningkatkan pangsa pasarnya. Dengan demikian, maka perusahaan perlu mengetahui faktor-faktor apa saja yang menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih jasa angkutan, dan bagaimana persepsi konsumen terhadap perusahaan dibandingkan dengan pesaing utamanya, sehingga dapat diketahui upaya-upaya yang perlu dilakukan untuk dapat meningkatkan daya saing perusahaan.

Berdasarkan hal diatas, maka penulis bermaksud untuk melakukan penelitian mengenai “*Analisis Persaingan Perusahaan Jasa Angkutan Jurusan Bandung–Cirebon Berdasarkan Persepsi Konsumen (Studi Kasus di PT. Fortuna Purwamandiri)*”.

2. Kajian Pustaka

Correspondence Analysis

Hubungan interdependen atau saling ketergantungan antarvariabel atau data dapat dilakukan dengan *Multi Dimensional Scalling* (MDS) dan *Correspondence Analysis* (CA). MDS dan CA lebih berhubungan dengan objek dari suatu penelitian. Dalam teminologi (peristilahan) SPSS, kedua alat ini khususnya MDS akan memproses isi baris dan kolom sekaligus.

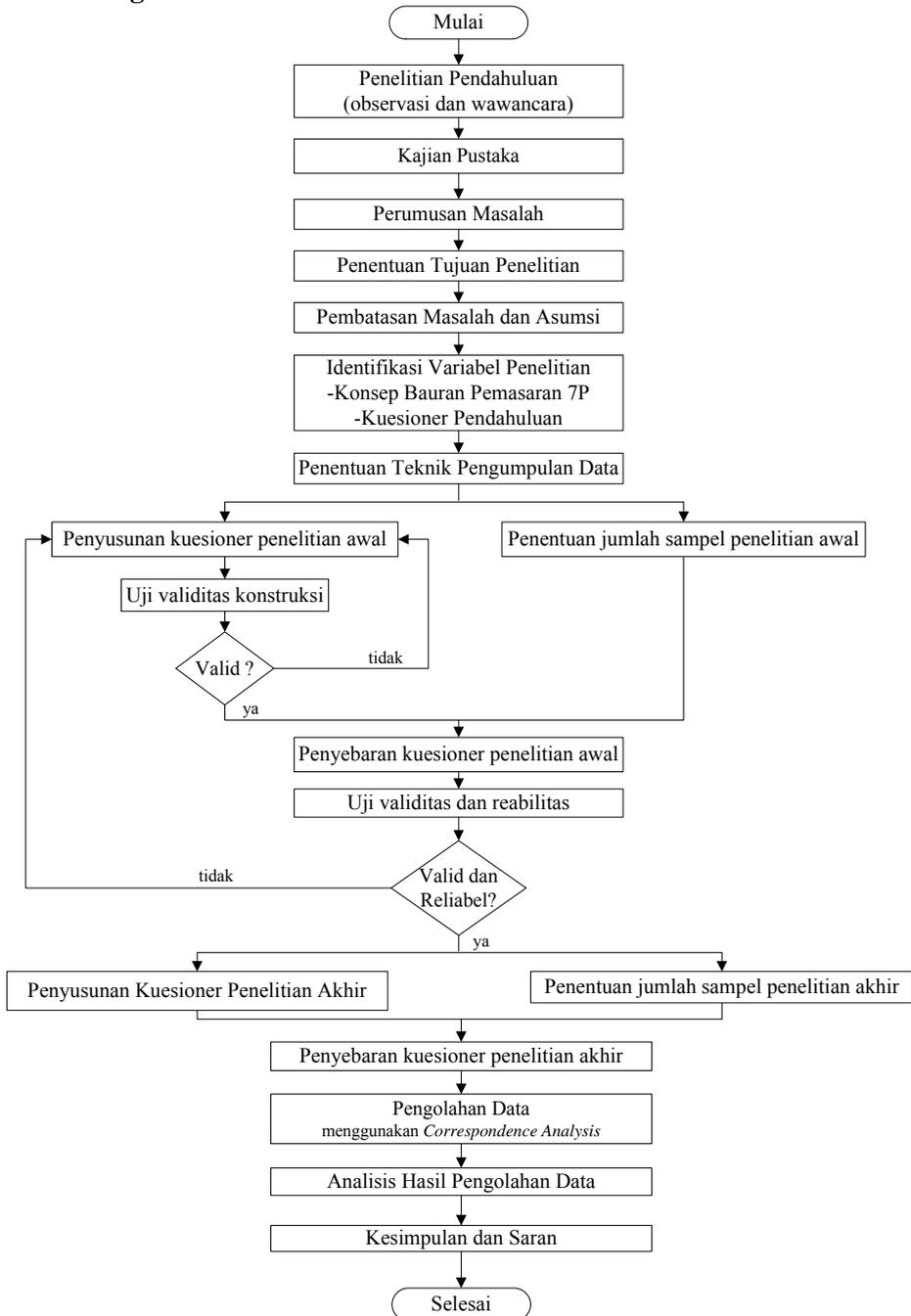
Secara prinsip, walaupun kedua alat tersebut menampilkan hasil utama dalam bentuk grafik, namun ada perbedaan dalam jenis data yang dapat di analisis.

- MDS dapat menganalisis data non metrik (nominal dan ordinal) ataupun data metrik (interval dan rasio).
- CA hanya dapat menganalisis data non metrik saja.

Walaupun CA mempunyai keterbatasan dalam jenis data, namun justru penggunaan CA sekarang cenderung lebih populer dibandingkan dengan MDS. Hal ini disebabkan karena CA mampu menempatkan objek

pada map, sekaligus dengan atribut-atribut objek tersebut sehingga memberikan informasi yang relatif lebih lengkap. (12, 321)

3. Metodologi Penelitian



Gambar 3.1 Metodologi Penelitian

4. Hasil Penelitian

4.1 Penentuan Tujuan Penelitian

- Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memilih atau menggunakan jasa angkutan.
- Untuk menganalisis persaingan PT. Fortuna Purwamandiri dan pesaing utamanya pada peta posisi menurut persepsi konsumen berdasarkan faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memilih atau menggunakan jasa angkutan.
- Untuk mengetahui upaya-upaya yang perlu dilakukan PT. Fortuna Purwamandiri untuk dapat meningkatkan daya saing perusahaannya dengan mempertimbangkan kelebihan dan kekurangan pesaing utamanya.

4.2 Pembatasan Masalah dan Asumsi

Pembatasan masalah dalam penelitian tugas akhir ini adalah :

- Penelitian dilakukan pada perusahaan jasa angkutan yang menyediakan jurusan Bandung-Cirebon yaitu PT. Fortuna Purwamandiri sebagai studi kasus utama, dan pesaing utamanya yaitu 4848 Travel sebagai pembanding.
- Variabel penelitian menggunakan bauran pemasaran 7P (*Product, Price, Place, Promotion, People, Physical Evidence, Process*).

4.3 Identifikasi Variabel Penelitian

Tabel 4.1 Variabel Penelitian

Variabel	Keterangan	Item pernyataan dalam kuesioner
<i>Product</i>	Produk atau jasa yang ditawarkan kepada pasar untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen.	Ketepatan waktu penjemputan
		Ketepatan waktu pemberangkatan dari kota asal
		Ketepatan tiba di tujuan sesuai jadwal yang direncanakan
		Frekuensi keberangkatan per hari
	Jaminan keamanan bagasi selama perjalanan	
<i>Price</i>	Biaya yang harus dikeluarkan konsumen untuk memperoleh produk atau jasa yang ditawarkan.	Harga murah
<i>Place</i>	Lokasi dimana produk atau jasa tersedia.	Kejelasan alamat kantor agen
		Kemudahan alat transportasi ke lokasi kantor agen
		Pencantuman alamat kantor agen cabang di kota lain, pada tiket

Tabel 4.1 Variabel Penelitian (Lanjutan)

Variabel	Keterangan	Item pernyataan dalam kuesioner
Promotion	Aktivitas untuk mengkomunikasikan produk / jasa yang ditawarkan.	Pemasangan jadwal di kantor agen
People	Orang-orang yang berperan dalam pelayanan produk atau jasa.	Keramahan karyawan kantor agen
		Keramahan operator telepon
		Keramahan supir
		Keahlian supir (supir hati-hati, tidak ngebut)
		Kerapihan supir dalam berpakaian
		Supir berpakaian seragam
		Pengetahuan supir pada alamat di kota yang bersangkutan
Physical Evidence	Bukti fisik yang mempengaruhi penilaian konsumen terhadap produk atau jasa yang diberikan.	Kebersihan mobil
		Kenyamanan tempat duduk
		Kondisi AC selalu dapat beroperasi dengan baik
		Kenyamanan ruang tunggu di kantor agen
		Kelengkapan fasilitas di kantor agen (tersedia toilet)
		Kebersihan fasilitas di kantor agen
		Penyediaan fasilitas telepon umum di kantor agen
Process	Proses terjadinya kontak antara konsumen dengan pihak penyedia produk/jasa.	Kemudahan registrasi pemesanan tiket
		Kecepat-tanggapan supir dalam penanganan bagasi penumpang

4.4 Pengumpulan Data

4.4.1 Kuesioner

Pada penelitian ini penulis menyebarkan kuesioner sebanyak tiga tahap untuk mendapatkan data yang dibutuhkan.

Tahap pertama yaitu penyebaran kuesioner pendahuluan. Kuesioner pendahuluan ini disebarkan dengan tujuan untuk mengetahui atribut apa saja yang mempengaruhi konsumen dalam memilih atau menggunakan jasa travel serta untuk mengetahui pesaing utama dari Fortuna travel jurusan Bandung–Cirebon. Penyebaran kuesioner ini dilakukan secara *aksidental* kepada 30 responden yang pernah menggunakan jasa travel jurusan Bandung–Cirebon.

Tahap kedua yaitu penyebaran kuesioner untuk mengetahui tingkat kepentingan responden terhadap variabel penelitian yang diperoleh dari

gabungan antara hasil kuesioner pendahuluan dan konsep bauran pemasaran 7P. Kuesioner ini disebarikan secara *aksidental* kepada 30 responden yang pernah menggunakan jasa travel jurusan Bandung–Cirebon. Dari 30 kuesioner yang disebarikan tersebut setelah dikumpulkan dan diperiksa kembali kelengkapan jawabannya, semuanya dinyatakan sah. Kuesioner dinyatakan tidak sah apabila :

☞ Terdapat pernyataan dengan isian jawaban lebih dari satu.

☞ Terdapat pernyataan yang tidak dijawab oleh responden.

Tahap ketiga yaitu penyebaran kuesioner penelitian untuk mengetahui persepsi konsumen pada kedua jasa travel yang dibandingkan sehingga diperoleh data untuk peta posisi. Item-item pernyataan pada kuesioner penelitian akhir ini diperoleh dari item-item kuesioner penelitian awal yang telah dinyatakan valid dan reliabel serta mempunyai tingkat kepentingan diatas lima puluh persen. Penyebaran kuesioner penelitian akhir ini dilakukan di kantor PT. Fortuna Purwamandiri. Untuk dapat mengisi kuesioner yang diberikan maka sampel yang menjadi responden pada penelitian ini harus orang-orang yang pernah memakai jasa travel Fortuna dan 4848. Oleh karena itu pada penyebaran kuesioner akhir ini digunakan teknik *purposive sampling*. Dimana menurut teknik ini, pengambilan sampel dilakukan dengan memilih orang-orang berdasarkan ciri-ciri khusus yang dimiliki sampel tersebut yang dipandang mempunyai sangkut paut yang erat dengan ciri-ciri populasi yang sudah diketahui sebelumnya. Sampel yang *purposive* adalah sampel yang dipilih dengan cermat sehingga relevan dengan tujuan penelitian.

Jumlah sampel untuk penyebaran kuesioner akhir, ditentukan dengan menggunakan rumus berdasarkan proporsi yang dikemukakan oleh Paul Leedy (3,13):

$$N = \left(\frac{Z}{e} \right)^2 (P) (1 - P)$$

dimana :

N = Ukuran sampel

Z = Standard score untuk α yang dipilih

e = Sampling error atau tingkat ketelitian yang dipergunakan.

α = Tingkat kepercayaan

P = Proporsi populasi yang akan diteliti. Jika tidak dapat memperkirakan proporsi populasi, maka diambil kemungkinan terburuk (P = 0,5).

Pada penelitian ini, tingkat kepercayaan yang dipakai adalah 95 % \Rightarrow dari tabel wilayah luas di bawah kurva normal, diperoleh $Z_{\alpha/2} = \pm 1.96$, dan tingkat ketelitian yang dipakai adalah 10% maka perhitungannya menjadi sebagai berikut:

$$N = \left(\frac{Z_{0.05/2}}{0.1} \right)^2 (0.5) (1 - 0.5) \quad \rightarrow \quad N = \left(\frac{1.96}{0.1} \right)^2 (0.5) (1 - 0.5)$$

$$N = (384.16)(0.5)(0.5)$$

$N = 96.04$ responden

≈ 97 responden

Jadi ukuran sampel atau jumlah responden yang harus diambil adalah 97 orang. Tetapi dengan mempertimbangkan adanya kemungkinan kuesioner yang mungkin tidak kembali, maka penulis mengambil jumlah sampel sebanyak 110 responden.

4.5 Pengolahan Data

4.5.1 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Dari 30 kuesioner penelitian awal yang terkumpul, selanjutnya dilakukan uji validitas dengan menggunakan rumus *Pearson Product Moment* dan uji reliabilitas dengan rumus *Alpha Cronbach*. Berdasarkan hasil uji validitas dan reliabilitas, diketahui bahwa semua angka korelasinya lebih besar dari Angka Kritik Nilai r (0,361) dan *alpha* sebesar 0,9257. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan valid dan reliabel.

4.5.2 Perhitungan Tingkat Kepentingan

Perhitungan tingkat kepentingan dilakukan untuk mengetahui seberapa besar tingkat kepentingan responden terhadap item-item pernyataan yang diajukan. Pernyataan dinyatakan penting jika mempunyai persen kepentingan lebih besar dari 50%. Dari hasil uji validitas, reabilitas dan perhitungan tingkat kepentingan yang diperoleh, untuk setiap item dari kuesioner penelitian awal yang valid, reliabel serta dinyatakan penting, selanjutnya menjadi item pada kuesioner penelitian akhir.

4.5.3 Correspondence Analysis (CA)

Sesuai dengan permasalahan masalah dan tujuan yang ingin dicapai, yaitu dapat mengetahui dan menganalisis persepsi konsumen terhadap persaingan antara Fortuna Travel dan 4848 Travel sebagai pesaing utamanya berdasarkan atribut yang ditanyakan sehingga dapat diketahui kelebihan dan kekurangan perusahaan, maka pengolahan data menggunakan peta posisi dapat dipergunakan. Metode yang dipilih adalah *Correspondence Analysis (CA)*. Pengolahan dengan menggunakan metode *Correspondence Analysis* ini, dilakukan dengan menggunakan bantuan program *Statistical Program for Social Science (SPSS)* versi 10.00.

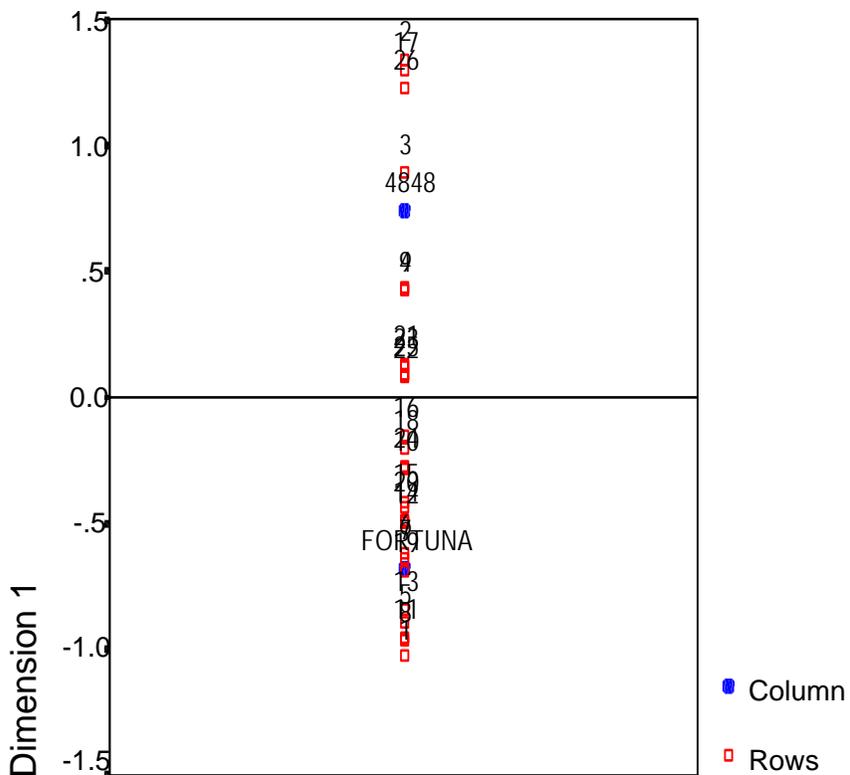
Objek yang dibandingkan adalah Fortuna Travel dan 4848 Travel. Pada penelitian ini, responden diminta untuk membandingkan atribut yang diberikan pada kedua jasa travel tersebut. Responden dapat memberikan tanda checklist (√) jika atribut pada travel tersebut di rasa sudah memuaskan. Hasil pengolahan data dengan metode *Correspondence Analysis* adalah menempatkan objek pada peta sekaligus dengan atribut-atribut objek tersebut sehingga dapat memberikan informasi yang lebih lengkap.

Pada SPSS, *Correspondence Analysis* disebut dengan **ANACOR** dan tidak dilakukan lewat menu dan kotak dialog. ANACOR dilakukan lewat eksekusi *SPSS Syntax*. Melalui *SPSS Syntax*, *user* menuliskan suatu perintah pemrograman seperti tertulis berikut ini ke *Syntax Editor*, dan kemudian dilakukan eksekusi perintah tersebut (*Run, All*).

```
ANACOR
  TABLE=ALL(26,2)
  /DIMENSION=2
  /NORMALIZATION CANONICAL
  /PRINT TABLE SCORES CONTRIBUTIONS PROFILES PERMUTATION
  /VARIANCES ROWS COLUMNS SINGULAR
  /PLOT ROWS COLUMNS JOINT NDIM(ALL,MAX).
```

Sumber: Singgih Santoso, Fandy Tjiptono (2001), “Riset Pemasaran Konsep dan Aplikasi dengan SPSS”, Penerbit Elex Media Komputindo, Jakarta, halaman 335.

Row and Column Scores



Symmetric Normalization

Gambar 4.1
Grafik *Row and Column Scores*

Tabel 4.2
Kelebihan Fortuna Travel dan 4848 Travel

Kuadran	Obyek	No.	Nama Atribut
I	4848 Travel	2	Harga murah
		17	Frekuensi keberangkatan per hari
		26	Penyediaan fasilitas telepon umum di kantor agen
		3	Kejelasan alamat kantor agen
		4	Pemasangan jadwal di kantor agen
		9	Kemudahan alat transportasi ke lokasi kantor agen
		21	Kerapihan supir dalam berpakaian
		23	Supir berpakaian seragam
		25	Pengetahuan supir pada alamat di kota yang bersangkutan
		22	Kelengkapan fasilitas di kantor agen (tersedia toilet)
II	Fortuna Travel	1	Ketepatan waktu penjemputan
		8	Ketepatan waktu pemberangkatan dari kota asal
		11	Kenyamanan tempat duduk
		5	Keramahan karyawan kantor agen
		13	Ketepatan tiba di tujuan sesuai jadwal yang direncanakan
		19	Kenyamanan ruang tunggu di kantor agen
		7	Kemudahan registrasi pemesanan tiket
		6	Kebersihan mobil
		12	Kecepat-tanggapan supir dalam penanganan bagasi penumpang
		14	Pencantuman alamat kantor agen cabang di kota lain, pada tiket
		20	Jaminan keamanan bagasi selama perjalanan
		15	Keramahan supir
		10	Keramahan operator telepon
		24	Kebersihan fasilitas di kantor agen
18	Keahlian supir (supir hati-hati, tidak ngebut)		
16	Kondisi AC selalu dapat beroperasi dengan baik		

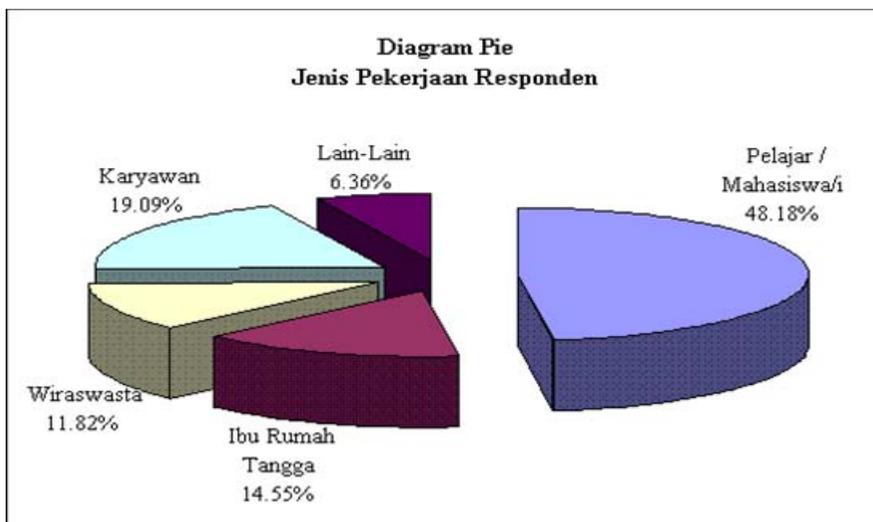
5. Analisis

5.1 Analisis Profil Responden

Dari kuesioner yang disebarakan kepada 110 responden, diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 5.1
Profil Responden

Pekerjaan	Jumlah Responden	Persen (%)
Pelajar / Mahasiswa/i	53	48.18
Ibu Rumah Tangga	16	14.55
Wiraswasta	13	11.82
Karyawan	21	19.09
Lain-Lain	7	6.36
Total	110	100



Gambar 5.1
Diagram Pie Jenis Pekerjaan Responden

5.2 Analisis Hasil Pengolahan dengan *Correspondence Analysis*

Pada pengolahan data menggunakan metode *Correspondence Analysis*, ada tiga buah grafik yang dibuat, yaitu :

- Grafik *Row Scores*, yaitu grafik yang menampilkan posisi atribut-atribut yang diteliti.
- Grafik *Column Scores*, yaitu grafik yang menampilkan objek yang diteliti.

- Grafik *Row and Column Scores* yaitu gabungan dari grafik *Row Scores* dan grafik *Column Scores*. Pada grafik ini, objek dan atributnya ditampilkan sekaligus.

Hasil *Correspondence Analysis* dapat dilihat dengan jelas berdasarkan grafik *Row and Column Scores*. Semakin dekat suatu atribut dengan salah satu objek, maka atribut itu menjadi kelebihan objek tersebut. Pada penelitian ini, posisi atribut dan objek yang dibandingkan terbagi dalam dua bagian, yaitu diatas sumbu X dan dibawah sumbu X. Agar mempermudah dalam menganalisis, maka untuk selanjutnya daerah yang berada di atas sumbu X disebut dengan kuadran I. Sedangkan daerah dibawah sumbu X disebut dengan kuadran II.

- Kuadran I terletak pada bagian atas sumbu X, merupakan wilayah dimana 4848 Travel ditampilkan. Ada 10 atribut yang termasuk dalam wilayah ini, yaitu atribut nomor 22, 25, 23, 21, 9, 4, 3, 26, 17, dan 2.
- Kuadran II terletak pada bagian bawah sumbu X, merupakan wilayah dimana Fortuna Travel ditampilkan. Ada 16 atribut yang termasuk dalam wilayah ini, yaitu atribut nomor 1, 8, 11, 5, 13, 19, 7, 6, 12, 14, 20, 15, 10, 24, 18, dan 16.

6. Kesimpulan dan Saran

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memilih atau menggunakan jasa angkutan berdasarkan tingkat kepentingannya adalah :
 - Jaminan keamanan bagasi selama perjalanan (95.8 %).
 - Ketepatan dalam hal waktu penjemputan (94.2 %).
 - Keahlian supir / supir hati-hati dalam menyetir, tidak ngebut (94 %).
 - Ketepatan waktu pemberangkatan dari kota asal (93.3 %).
 - Kenyamanan tempat duduk (93.3 %).
 - Ketepatan tiba di tujuan sesuai jadwal yang direncanakan (91.7 %).
 - Kondisi AC selalu dapat beroperasi dengan baik (90.8 %).
 - Pengetahuan supir pada alamat di kota yang bersangkutan (90 %).
 - Kebersihan mobil (90 %).
 - Kemudahan registrasi pemesanan tiket (86.7 %).
 - Keramahan supir (83.3 %).
 - Harga murah (82.5 %).
 - Kecepat-tanggapan supir dalam penanganan bagasi penumpang (81.7 %).
 - Keramahan operator telepon (80.8 %).
 - Keramahan karyawan kantor agen (76.7 %).
 - Frekuensi keberangkatan per hari (75 %).
 - Pencantuman alamat kantor agen cabang di kota lain, pada tiket (74.2 %).
 - Kejelasan alamat kantor agen (73.3 %).

- Pemasangan jadwal di kantor agen (73.3 %).
 - Penyediaan fasilitas telepon umum di kantor agen (67.5 %).
 - Kerapihan supir dalam berpakaian (65.8 %).
 - Supir berpakaian seragam (65 %).
 - Kebersihan fasilitas kantor agen (63.3 %).
 - Kelengkapan fasilitas di kantor agen (63 %).
 - Kemudahan alat transportasi ke lokasi kantor agen (60.8 %).
 - Kenyamanan ruang tunggu di kantor agen (55.8 %).
2. Persepsi konsumen terhadap persaingan PT. Fortuna Purwamandiri dan 4848 Travel sebagai pesaing utamanya pada peta posisi berdasarkan faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memilih atau menggunakan jasa angkutan, adalah sebagai berikut :
- Fortuna memiliki kelebihan dalam hal :
 - Jaminan keamanan bagasi selama perjalanan.
 - Ketepatan dalam hal waktu penjemputan.
 - Keahlian supir (supir hati-hati dalam menyetir, tidak ngebut).
 - Ketepatan waktu pemberangkatan dari kota asal.
 - Kenyamanan tempat duduk.
 - Ketepatan tiba di tujuan sesuai jadwal yang direncanakan.
 - Kondisi AC selalu dapat beroperasi dengan baik.
 - Kebersihan mobil.
 - Kemudahan registrasi pemesanan tiket.
 - Keramahan supir.
 - Kecepat-tanggapan supir dalam penanganan bagasi penumpang.
 - Keramahan operator telepon.
 - Keramahan karyawan kantor agen.
 - Pencantuman alamat kantor agen cabang di kota lain, pada tiket.
 - Kebersihan fasilitas kantor agen.
 - Kenyamanan ruang tunggu di kantor agen.
 - Fortuna memiliki kekurangan dalam hal :
 - Pengetahuan supir pada alamat di kota yang bersangkutan.
 - Harga murah.
 - Frekuensi keberangkatan per hari.
 - Kejelasan alamat kantor agen.
 - Pemasangan jadwal di kantor agen.
 - Penyediaan fasilitas telepon umum di kantor agen.
 - Kerapihan supir dalam berpakaian.
 - Supir berpakaian seragam.
 - Kelengkapan fasilitas di kantor agen.
 - Kemudahan alat transportasi ke lokasi kantor agen.

6.2 Saran

Dengan mempertimbangkan kelebihan dan kekurangan pesaing utamanya yaitu 4848 Travel maka untuk dapat meningkatkan daya saing

perusahaan, PT. Fortuna Purwamandiri perlu melakukan upaya-upaya sebagai berikut :

- Mempertahankan atribut-atribut yang telah menjadi kelebihan Fortuna, yaitu dalam hal :
 - Jaminan keamanan bagasi selama perjalanan.
 - Ketepatan dalam hal waktu penjemputan.
 - Keahlian supir (supir hati-hati dalam menyetir, tidak ngebut).
 - Ketepatan waktu pemberangkatan dari kota asal.
 - Kenyamanan tempat duduk.
 - Ketepatan tiba di tujuan sesuai jadwal yang direncanakan.
 - Kondisi AC selalu dapat beroperasi dengan baik.
 - Kebersihan mobil.
 - Kemudahan registrasi pemesanan tiket.
 - Keramahan supir.
 - Kecepat-tanggapan supir dalam penanganan bagasi penumpang.
 - Keramahan operator telepon.
 - Keramahan karyawan kantor agen.
 - Pencantuman alamat kantor agen cabang di kota lain, pada tiket.
 - Kebersihan fasilitas kantor agen.
 - Kenyamanan ruang tunggu di kantor agen.

- Memperhatikan dan memperbaiki atribut-atribut yang menjadi kekurangan Fortuna, yaitu dalam hal :
 - Pengetahuan supir pada alamat di kota yang bersangkutan.
Perusahaan dapat memperbaiki dengan cara:
 - Merotasi lebih rata supir-supir tersebut sehingga dengan seringnya pergi ke daerah-daerah yang dituju, supir-supir tersebut akan menjadi lebih mengenal daerah tersebut.
 - Menyediakan peta kota semua jurusan, di setiap mobil Fortuna.
 - Harga murah.
Kekurangan ini terjadi karena:
 - Harga satu kali keberangkatan untuk jurusan Bandung-Cirebon di Fortuna, lebih mahal Rp 5000,- dibandingkan di 4848 Travel. Meskipun harga adalah relatif, tetapi karena hal ini merupakan kekurangan Fortuna Travel dan dari profil responden yang diperoleh diketahui bahwa konsumen jurusan Bandung-Cirebon kebanyakan adalah pelajar/mahasiswa, dimana mereka umumnya menyukai yang murah karena belum berpenghasilan sendiri, maka perusahaan dapat mempertimbangkan dan memperbaikinya misalnya dengan cara menurunkan harga atau memberikan tiket gratis (10 gratis 1) sama seperti untuk jurusan ke Jawa Tengah.
 - Frekuensi keberangkatan per hari.
Pada kenyataannya, Fortuna sama-sama menyediakan enam kali pemberangkatan per hari ke Cirebon yaitu pukul 04.00, 06.00, 09.00, 12.00, 15.00, dan 18.00. Tetapi ternyata konsumen memandang bahwa frekuensi keberangkatan per hari ke Cirebon

yang disediakan oleh 4848 Travel yaitu pukul 06.00, 09.00, 12.00, 14.00, 16.00 dan pukul 18.00 lebih memuaskan. Hal tersebut menunjukkan bahwa konsumen lebih menyukai jam keberangkatan yang lebih banyak pada siang atau sore hari. Oleh karena itu, perusahaan dapat memperbaikinya misalnya dengan menyamakan frekuensi keberangkatan pada sore hari seperti 4848 Travel.

- Kejelasan alamat kantor agen.
Kekurangan dalam hal ini terjadi karena:
 - Kantor Fortuna Travel terletak pada gang, dan diluar gang tersebut tidak ada tanda atau petunjuk apapun yang menunjukkan adanya kantor Fortuna Travel.Perusahaan dapat memperbaikinya dengan cara:
 - Memasang papan petunjuk yang menginformasikan adanya Fortuna Travel.
- Pemasangan jadwal di kantor agen.
Hal ini terjadi karena belum adanya pemasangan jadwal Bandung–Cirebon. Perusahaan dapat memperbaikinya dengan cara memasang jadwal Bandung–Cirebon sehingga konsumen dapat mengetahui dengan jelas waktu pemberangkatan dari Bandung ke Cirebon.
- Penyediaan fasilitas telepon umum di kantor agen.
Kekurangan ini terjadi karena belum adanya fasilitas telepon umum di kantor agen seperti yang terdapat di 4848 Travel. Oleh karena itu, perusahaan dapat memperbaikinya dengan cara menyediakan telepon umum seperti telepon koin.
- Kerapihan supir dalam berpakaian.
Meskipun ukuran kerapihan relatif, perusahaan dapat memperbaiki hal ini dengan cara menetapkan standar kerapihan dalam bekerja, misalnya diharuskan memakai seragam yang telah diberikan atau diharuskan memakai kemeja berkerah, dan harus bersepatu.
- Supir berpakaian seragam.
Kekurangan dalam hal ini dapat diperbaiki dengan cara menghimbau setiap supir untuk selalu memakai seragam.
- Kelengkapan fasilitas di kantor agen.
Kekurangan ini terjadi karena tidak adanya petunjuk yang menunjukkan lokasi toilet. Oleh karena itu, perusahaan dapat memperbaikinya dengan cara memasang petunjuk yang menunjukkan arah dan posisi toilet sehingga dapat menginformasikan dengan jelas mengenai keberadaan toilet.
- Kemudahan alat transportasi ke lokasi kantor agen.
Kekurangan ini disebabkan karena lokasi kantor Fortuna Travel terletak di gang yang tidak dilalui kendaraan umum. Meskipun hal ini merupakan kekurangan Fortuna, tetapi perusahaan akan sulit untuk memperbaikinya karena tidak mungkin memindahkan kantor Fortuna Travel. Oleh karena itu, kekurangan dalam hal ini dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi perusahaan jika nantinya akan membuka kantor agen baru.

7. Daftar Pustaka

- [1] Kotler, Philip, "*Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*", Jilid 1, Edisi 9, Penerbit Erlangga, Jakarta, 1997.
- [2] Kotler, Philip, "*Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*", Jilid 2, Edisi 6, Penerbit Erlangga, Jakarta, 1994.
- [3] Arikunto, Suharsini.; "*Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*", Edisi Revisi V, PT Rineka Cipta, Jakarta, 2002.
- [4] "*Panduan Lengkap: SPSS 10.00 for Windows*", Lembaga Pendidikan Komputer Wahana Semarang dan Penerbit Andi Yogyakarta, 1997.
- [5] Stanton W.; "*Prinsip Pemasaran*", Jilid 2, Edisi 7, Erlangga, 1993.
- [6] Sugiyono.; "*Metode Penelitian Administrasi*", Cetakan kesembilan, Alfabeta, Bandung, 2002.
- [7] Supranto J, M.A.; "*Pengukuran Tingkat kepuasan Pelanggan untuk Menaikkan Pangsa Pasar*", PT Rineka Cipta, Jakarta, 1997.
- [8] Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi.; "*Metode Penelitian Survai*", PT Pustaka LP3ES Indonesia, Jakarta, 1995.
- [9] Tjiptono, Fandy.; "*Manajemen Jasa*", Andi Offset, Yogyakarta, 1996.
- [10] Walpole, Ronald E., and Raymond H. Myers.; "*Ilmu Peluang dan Statistika untuk Insinyur dan Ilmuwan*", Edisi ke-4, Penerbit ITB, Bandung, 1995.
- [11] Zeithaml, Valerie A., Parasuraman and Leonard L. Berry.; "*Delivering Quality Service : Balancing Costumer Perceptions and Expectations*", The Free Press, New York, 1990.
- [12] Santoso, Singgih., Fandy Tjiptono.; "*Riset Pemasaran Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*", PT Elex Media Komputindo, Jakarta, 2001.