

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Mitra adalah perusahaan yang bergerak di bidang transportasi yaitu travel. Perusahaan ini telah berdiri sejak tahun 1981. Saat ini kantor pusat perusahaan ini terletak di Batu Nunggal Indah IV no 63 Perumahan Batu Nunggal. Jalur yang dilayani oleh Travel Mitra saat ini ialah Jakarta – Bandung. Kemudian membuka jurusan Jakarta – Purwokerto, Semarang – Bandung, Semarang – Surabaya, serta Semarang - Purwokerto. Dengan fasilitas antar jemput dan keramahan sopirnya, Mitra dapat bertahan hingga sekarang, walaupun tidak sedikit pesaing-pesaingnya.

Pada saat ini, masalah yang dihadapi Travel Mitra ialah persaingan. Untuk jalur Semarang-Bandung, saat ini diketahui ada 8 perusahaan travel yang sama-sama melayani pelanggan untuk transportasi di jalur yang sama. Sebagai indikator, lima tahun yang lalu ada 4 mobil yang melayani jalur Bandung-Semarang yang selalu penuh tiap hari. Sementara pada saat ini, mobil sejumlah itu hanya penuh pada hari-hari libur, atau akhir minggu, sementara pada hari biasa jumlah mobil yang jalan hanya berjumlah 1 sampai 2 buah. Dalam menghadapi pesaing-pesaingnya, Mitra mempunyai masalah dalam mempertahankan pelanggan-pelanggannya, karena tidaklah cukup hanya dengan menonjolkan keramahan sopir saja, karena travel-travel lain juga mempunyai kinerja yang sama.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan wawancara dengan salah satu sopir Mitra dan berdasarkan kuesioner pendahuluan yang disebarakan pada 30 responden, diketahui bahwa masalah-masalah yang terjadi adalah:

1. Ada banyak hal yang mempengaruhi pelanggan dalam pemilihan travel, sementara tidak semua harapan itu dapat dipenuhi oleh Travel Mitra. Hal-hal yang menjadi harapan pengguna jasa travel Bandung-Semarang dapat dilihat di Tabel 1.1 di halaman berikut. Jika travel-travel lain memiliki

keunggulan lebih banyak dari travel Mitra, maka otomatis mereka akan lebih memilih travel pesaing daripada travel Mitra.

Tabel 1.1
Berbagai Harapan Pengguna Jasa Travel

No	Apa yang anda harapkan saat memilih travel jurusan Bandung-Semarang PP? (misal: tempat duduk yang nyaman)	Jumlah	%
1	Kenyamanan tempat duduk	6	7.317
2	Kualitas makan malam	1	1.22
3	Biaya tempat makan	1	1.22
4	Kesesuaian suhu AC	2	2.439
5	Ketersediaan snack yang enak	2	2.439
6	Kebersihan mobil travel	2	2.439
7	Ketersediaan sandaran kaki	1	1.22
8	Ketersediaan lampu baca	1	1.22
9	Kebersihan bantal	1	1.22
10	Ketersediaan tempat untuk menaruh minum	1	1.22
11	Ketersediaan bagasi yang luas	2	2.439
12	Ketersediaan discount untuk mahasiswa	11	13.41
13	Ketersediaan recleaning seat	3	3.659
14	Kualitas musik selama perjalanan	2	2.439
15	Ketersediaan pembatas di setiap kursi	1	1.22
16	Keramahan sopir	6	7.317
17	Keramahan receptionist	6	7.317
18	Ketepatan waktu sampai tujuan	3	3.659
19	Ketepatan waktu penjemputan	4	4.878
20	Frekuensi sopir istirahat	2	2.439
21	Keahlian sopir dalam mengenali daerah penjemputan	2	2.439
22	Keahlian sopir dalam mengenali daerah antaran	4	4.878
23	Keamanan menyetir	1	1.22
24	Kenyamanan menyetir	2	2.439
25	Kemungkinan mogok	2	2.439
26	Kesabaran sopir dalam menghadapi penumpang	1	1.22
27	Kesesuaian posisi kursi dengan keinginan penumpang	3	3.659
28	Ketersediaan keberangkatan pagi	2	2.439
29	Kepastian pemberangkatan	3	3.659
30	Jumlah penumpang minimal untuk tiap pemberangkatan	1	1.22
31	Ketepatan Resepsionist dalam menerima informasi dari penumpang	3	3.659
Total		82	100

Sumber: Kuesioner Pendahuluan 2007

2. Travel Mitra kurang melakukan promosi. Dari hasil kuesioner pendahuluan dapat diketahui bahwa kebanyakan responden mengetahui Mitra dari *Yellow Page* Buku Telepon. Sementara rekomendasi teman, pernah menggunakan sebelumnya, koran, keluarga, maupun atasan jumlahnya hanya sedikit (Tabel 1.2).

Tabel 1.2
Media Yang Digunakan Untuk Mengenal Travel Mitra

Anda mendapat informasi dari mana tentang travel yang anda ketahui	Jumlah	%
Teman	8	16.326531
<i>Yellow Page</i> Buku Telepon	24	48.979592
Pernah Menggunakan Sebelumnya	6	12.244898
Koran	5	10.204082
Keluarga	4	8.1632653
Atasan	2	4.0816327
Total	49	100

Sumber: Kuesioner Pendahuluan 2007

3. Travel Mitra saat ini bukan merupakan pilihan utama para pengguna jasa travel Bandung-Semarang, sebagaimana ditunjukkan di Tabel *Top of Mind* (Tabel 1.3), Tabel *Brand Recognition* Travel Bandung-Semarang (Tabel 1.4), serta Tabel *Brand Recall* Travel Bandung-Semarang (Tabel 1.5).

Tabel 1.3
Tabel *Top Of Mind* Travel-travel dengan Jurusan Bandung-Semarang PP

Perusahaan travel apa yang terlintas dalam pikiran anda jika anda ingin berpergian jurusan Bandung-Semarang atau Semarang-Bandung	Jumlah	%
Fortuna	10	33.333333
Andi	10	33.333333
Nusantara	5	16.666667
Sentral	3	10
Mitra	2	6.666667
Total	30	100

Sumber: Kuesioner Pendahuluan 2007

Tabel 1.4
Brand Recognition Travel Mitra

Apakah anda mengenal Travel Mitra	Jumlah	%
Ya (saya mengenalnya dan sudah di jawab di pertanyaan no 1)	5	16.666667
Ya (saya mengenalnya setelah membaca pertanyaan no 3 ini)	25	83.333333
Tidak mengenal sama sekali	0	0
Total	30	100

Sumber: Kuesioner Pendahuluan 2007

Tabel 1.5
Brand Recall Travel Jurusan Bandung-Semarang

Perusahaan Travel dengan jurusan Bandung-Semarang yang anda ketahui, selain yang telah disebut di pertanyaan no 1	Jumlah	%
Fortuna	12	25
Andi	10	20.833333
Nusantara	8	16.666667
Sentral	7	14.583333
Mitra	4	8.333333
Mina	5	10.416667
TBI	2	4.166667
Total	48	100

Sumber: Kuesioner Pendahuluan 2007

4. Terdapat indikasi bahwa pengguna jasa Travel Mitra menggunakan Mitra karena terpaksa akibat tidak adanya tempat di Travel lain. Hal ini terbukti dari mayoritas dari 30 responden kuesioner pendahuluan tidak bersedia menggunakan travel Mitra lagi di lain kesempatan, lihat pada Tabel Kesiediaan Pelanggan Untuk Menggunakan Travel Mitra Lagi (Tabel 1.6).

Tabel 1.6
Tabel Kesiediaan Pelanggan Untuk Menggunakan Travel Mitra Lagi

Jika anda pernah menggunakan travel Mitra, apakah anda merasa nyaman dan ingin menggunakan travel Mitra lagi?	Jumlah	%
Ya	6	20
Tidak	24	80
Total	30	100

Sumber: Kuesioner Pendahuluan 2007

1.3. Pembatasan Masalah

Mengingat keterbatasan waktu penelitian dan kemampuan penulis, maka masalah persaingan yang akan diamati penulis adalah persaingan pemenuhan harapan konsumen jasa travel Bandung-Semarang pp.

1.4. Perumusan Masalah

Berdasarkan perumusan masalah sebagaimana di atas, maka masalah yang akan diteliti dapat dirumuskan sebagai berikut:

- Apa saja harapan penumpang pada saat menggunakan travel Bandung-Semarang pp?
- Apa saja kelemahan travel Mitra jika dibanding pesaing-pesaingnya sesama travel rute Bandung-Semarang?
- Bagaimana meningkatkan persepsi konsumen terhadap kualitas travel Mitra?

1.5. Maksud dan Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah, penulis menentukan maksud dan tujuan penelitian sebagai berikut:

- Mengetahui harapan penumpang saat menggunakan travel Bandung-Semarang pp.
- Mengetahui kelemahan-kelemahan travel Mitra jika dibandingkan dengan pesaing-pesaingnya sesama travel rute Bandung-Semarang.
- Berusaha melakukan peningkatan persepsi konsumen terhadap kualitas travel Mitra.

1.6. Sistematika Penulisan

Setelah Bab I Pendahuluan ini, sistematika penulisan di dalam skripsi ini untuk bab-bab selanjutnya dibagi menjadi bab-bab sebagai berikut:

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Berisi teori-teori yang menunjang dalam melakukan pengumpulan data, pengolahan data hingga pada saat melakukan analisa maupun pemecahan masalah yang ada.

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Berisi langkah-langkah apa saja yang dilakukan dalam menyusun penulisan tugas akhir ini.

BAB IV: PENGUMPULAN DATA

Berisikan pengumpulan data hasil pengamatan yang dibutuhkan untuk melakukan pengolahan data dan analisis dalam skripsi ini.

BAB V: PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

Berisi pengolahan data atas hasil-hasil pengamatan yang kemudian dianalisis dan diberi usulan untuk pemecahan masalah yang terjadi.

BAB VI: PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan proses analisis dan rangkuman pengembangan usulan yang penulis usulkan untuk membantu perusahaan.