

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dunia transportasi di Indonesia saat ini sedang berkembang pesat, baik transportasi darat, laut dan udara. Perkembangan ini seiring dengan mobilitas masyarakat yang semakin tinggi. Pada transportasi darat, mayoritas masyarakat tidak hanya menggunakan jasa bus atau kereta api saja, namun mulai beralih dengan menggunakan jasa travel. Jenis transportasi darat ini dirasakan lebih nyaman karena para konsumen tidak perlu berdesak-desakan di terminal atau stasiun kereta. Karena kebutuhan akan jasa travel yang semakin meningkat, maka mendorong semakin banyaknya pendirian perusahaan travel. Hal ini pulalah yang menyebabkan persaingan di antara perusahaan travel semakin ketat. Perusahaan-perusahaan travel yang ada dituntut untuk terus memberikan pelayanan yang terbaik untuk memenuhi keinginan konsumen. Dengan demikian konsumen akan merasa puas, dan perusahaan dapat meningkatkan kualitas jasa yang diberikan, dan secara tidak langsung perusahaan travel dapat memperluas pasarnya karena semakin banyak orang-orang yang mengenal perusahaannya.

Salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jasa travel adalah Baraya Travel. Perusahaan ini didirikan pada Oktober 2005 di Jakarta, awalnya dengan 2 unit mobil. Hingga kini Baraya Travel telah mengoperasikan 60 unit mobil dan memiliki 13 *pool* yang tersebar di Jakarta dan Bandung. Salah satu *pool* yang ada di Bandung, terletak di Jln. Lombok No. 10 Siliwangi Golf, Bandung. Jasa yang diberikan selain jasa transportasi, juga memberikan pelayanan jasa pengiriman barang atau kargo. Dalam pelayanannya, Baraya Travel memberikan beberapa kemudahan yaitu : pemesanan (*booking*) tempat duduk, pengalihan jadwal keberangkatan, dan pengembalian uang bila terjadi pembatalan keberangkatan. Selain fasilitas travel reguler, juga ada fasilitas travel eksklusif dengan tempat duduk penumpang hanya 5 orang, dengan menggunakan mobil Kijang Innova.

Sejak awal, Baraya Travel mengandalkan harga tiket yang murah dan pelayanan yang baik untuk menarik konsumen. Namun dari hasil observasi dan wawancara, sejak awal 2008 target penjualan perusahaan tidak tercapai yaitu :

Tabel 1.1
Data Penurunan Penjualan Baraya Travel

Periode	Target (orang)	Pencapaian (orang)	Persentase Penurunan Penjualan
Januari s.d Maret '08	72800	70616	3%
April s.d Juni '08	72800	65520	10%
Juli s.d September '08	76600	61280	20%
Oktober s.d Desember '08	76700	61360	20%

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bpk. Arief Koosbudiono selaku supervisor Baraya Travel untuk wilayah Bandung dan studi pustaka yang dilakukan, maka besar kemungkinan masalah yang terjadi saat ini disebabkan oleh :

1. Semakin meningkatnya persaingan dengan munculnya travel-travel lain tujuan Bandung-Jakarta.
2. Perusahaan belum mengetahui faktor-faktor yang dianggap penting, yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen.
3. Perusahaan belum mengetahui secara pasti tingkat kepuasan konsumen terhadap jasa pelayanan yang diberikan selama ini.
4. Kapasitas pelayanan pada waktu dibutuhkan tidak mencukupi, sehingga banyak calon penumpang yang menjadi cadangan.
5. Kurangnya promosi yang dilakukan baik media cetak maupun elektronik, sehingga konsumen belum mengetahui *image* perusahaan.
6. Perusahaan belum mengetahui faktor-faktor yang menyebabkan konsumen berpindah-pindah menggunakan travel lain.

1.3 Pembatasan Masalah Dan Asumsi

Karena keterbatasan waktu, biaya dan tenaga dalam melakukan penelitian ini, maka peneliti perlu membatasi ruang lingkup permasalahan yang akan dibahas. Berikut ini adalah pembatasan masalah yang dilakukan :

1. Penelitian ini tidak membahas tentang kapasitas pelayanan pada waktu yang diperlukan tidak mencukupi sehingga, banyak calon penumpang menjadi cadangan.
2. Penelitian ini tidak membahas faktor-faktor yang menyebabkan konsumen berpindah-pindah menggunakan travel lain.
3. Penelitian ini hanya membahas pelayanan travel reguler Baraya Travel.

Asumsi

1. Kondisi ekonomi saat ini dianggap stabil.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah diatas, maka masalah yang akan dibahas disini dirumuskan sebagai berikut :

1. Faktor-faktor apa saja yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen?
2. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap kinerja pelayanan Baraya Travel ?
3. Bagaimana keunggulan dan kelemahan Baraya Travel terhadap travel lain?
4. Upaya perbaikan apa yang dapat diberikan untuk meningkatkan kepuasan konsumen Baraya Travel ?

1.5 Tujuan Penelitian

Dari perumusan masalah diatas, maka ditetapkan tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Mengetahui faktor-faktor yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen.
2. Mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap kinerja pelayanan Baraya Travel.

3. Mengetahui keunggulan dan kelemahan yang dimiliki Baraya Travel dibandingkan travel lainnya.
4. Mengetahui upaya perbaikan terhadap pelayanan Baraya Travel untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

1.6 Sistematika Penulisan

Bab 1 Pendahuluan

Pada bab ini berisi latar belakang masalah yang terjadi, identifikasi masalah, pembatasan masalah dan asumsi, perumusan masalah, tujuan penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab 2 Tinjauan Pustaka

Pada bab ini berisi teori-teori yang berhubungan dengan masalah yang diteliti, dan digunakan sebagai dasar pemikiran penulis dalam memecahkan permasalahan dan memberi solusi.

Bab 3 Metodologi Penelitian

Pada bab ini berisi langkah-langkah penelitian yang sistematis untuk menuntun selama melakukan penelitian dimulai hingga selesai.

Bab 4 Pengumpulan Data

Pada bab ini berisi data umum perusahaan, struktur organisasi dan data-data yang telah dikumpulkan untuk selanjutnya dilakukan pengolahan data.

Bab 5 Pengolahan Data Dan Analisis

Dalam bab ini akan dijabarkan mengenai pengolahan data sesuai dengan data-data yang sudah diperoleh pada bab sebelumnya serta analisis dari hasil pengolahan data tersebut.

Bab 6 Kesimpulan Dan Saran

Pada bab ini berisi kesimpulan dari hasil pengolahan data yang telah dianalisis, juga berisi saran-saran kepada pihak perusahaan.