BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Semakin banyaknya keperluan dalam dunia usaha, membuat kebutuhan akan transportasi semakin meningkat sejak dibukanya jalan tol Bandung-Jakarta. Hal ini menjadi suatu peluang yang sangat besar bagi pengusaha-pengusaha untuk melakukan usaha khususnya dalam bidang jasa transportasi. 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.

Banyak perusahaan yang dalam menjalankan usahanya tidak mengalami perkembangan hal ini dikarenakan kurang dapat membaca perkembangan pasar sehingga strategi pemasaran yang diterapkan kurang tepat. Pada umumnya strategi pemasaran merupakan salah satu faktor yang sangat penting untuk mempertahankan dan meningkatkan posisi perusahaan.

DayTrans merupakan perusahaan penyedia pelayanan jasa transportasi darat berupa jasa travel dan pengantaran barang ringan. Perusahaan ini berdiri sejak oktober 2009, dimana salah satu pool yang ada di Bandung yaitu terletak di jalan DR. Djunjunan No. 55, Pasteur. Berdasarkan wawancara dengan bapak Arfan selaku marketing Daytrans diperoleh bahwa masalah yang dihadapi yaitu tidak tercapainya target penjualan tiket. Hal ini dapat dilihat pada tabel penjualan masalah ini sangat serius untuk dibahas karena bila dibiarkan terus menerus lama kelamaan perusahaan akan sulit untuk menutupi biaya-biaya yang perlu dikeluarkan.

Berikut adalah persentase tidak tercapainya target penjualan tiket di Daytrans

Tabel 1.1
Data Target Penjualan Tiket Bandung-Jakarta

Bulan/Tahun	Target (seat)	Pencapaian (seat)	Persentase tidak tercapainya target (%)
Januari s.d Desember' 10	262400	232100	12%
Januari s.d Desember' 11	261100	212000	19%
Januari s.d juni' 12	137000	110000	20%

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa perusahaan mulai tidak mencapai target yaitu pada bulan Januari sampai Desember 2010 sebesar 12%, Januari sampai Desember 2011 sebesar 19 %, serta Januari sampai Juni 2012 sebesar 20%.

1.2 Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah adalah untuk mengetahui kemungkinan penyebab masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, dapat diidentifikasi masalah yang terjadi, yaitu :

1. Banyaknya pesaing yang berjalan dalam bidang yang sama
2. Konsumen tidak merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh Daytrans
3. Kurang tepatnya strategi pemasaran yang digunakan
4. Biaya operasional yang menyebabkan harga tiket kurang bersaing
5. Target penjualan tiket terlalu tinggi

1.3 Pembatasan Masalah

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. Tidak membahas biaya-biaya yg dikeluarkan oleh Daytrans
2. Tidak membahas cara penetapan target penjualan tiket

3. Pengamatan hanya dilakukan di daytrans yang berada di jalan DR. Djunjunan No. 55 Pasteur Bandung

1.4 Perumusan Masalah

Perumusan masalah adalah untuk merumuskan masalah yang akan diteliti. Dari perumusan masalah diatas, maka ditentukan perumusan masalah adalah, yaitu sebagai berikut :

1. Faktor-faktor apa saja yang dianggap penting oleh pengguna jasa Daytrans?
2. Prioritas perbaikan apa saja yang perlu dilakukan?
3. Bagaimana posisi Daytrans dibandingkan dengan pesaing-pesaingnya?
4. Usulan apa yang akan diberikan untuk perbaikan masalah yang terjadi di Daytrans?

1.5 Tujuan Penelitian

Dari perumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menentukan faktor-faktor yang dianggap penting oleh pengguna jasa Daytrans
2. Menentukan prioritas perbaikan yang perlu dilakukan
3. Menentukan posisi Daytrans di bandingkan dengan pesaing-pesaingnya
4. Menentukan usulan yang diberikan untuk perbaikan masalah yang terjadi di Daytrans

1.6 Sistematikan 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.