

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Loyalitas pelanggan bagi sebuah perusahaan jasa akan sangat menentukan keberhasilan perusahaan jasa. Meskipun demikian, loyalitas pelanggan merupakan komoditas langka pada saat ini mengingat ketatnya persaingan bisnis. Travel Transline adalah travel yang baru berdiri pada bulan Juni tahun 2005. Travel ini pada awalnya mengoperasikan 2 unit mobil saja dan hanya melayani rute Jakarta Bandung saja. Hingga kini Transline Travel telah mengoperasikan 40 unit mobil dan memiliki 9 *pool* yang tersebar di Grogol, Halim, Airport Soekarno Hatta, Prof. Dr. Soepomo, Plaza Semanggi, Pelud Halim Perdana Kusuma, Dr. Soesilo Raya, Jl. Setiabudi Barat, dan Bandung (Jl. Surya Sumantri no. 86C), Bandung. Jasa yang ialah jasa transportasi dan titipan paket dengan harga ekonomis. Dalam pelayanannya, Transline Travel memberikan beberapa kemudahan yaitu : pemesanan (*booking*) tempat duduk, pengalihan jadwal keberangkatan, dan *dropping* dan persewaan kendaraan.

Dari informasi hasil wawancara dengan pihak manajer operasional Travel Transline, masalah yang dihadapi oleh Travel Transline ialah perkembangan bisnis transportasi travel Jakarta Bandung yang pesat mengakibatkan tidak tercapainya target penjualan (Lihat Tabel 1.1 di halaman berikut). Sebelum Travel Transline berdiri, hanya ada Travel Cipaganti dan Travel X Trans. Travel Cipaganti, dan Travel X Trans yang sudah lebih dahulu berdiri merupakan pemimpin pasar dalam bisnis transportasi Jakarta - Bandung. Travel Cipaganti saat ini sudah melayani 30 pool di seluruh Jakarta dan Bandung dengan jumlah armada lebih dari 120 mobil. Travel X Trans saat ini sudah melayani 22 pool di seluruh Jakarta dan Bandung dengan jumlah armada 80 mobil. Lebih parah lagi, sampai tahun 2009 ini sudah berdiri Travel Citi Trans, dan Travel Baraya. Agar loyalitas penumpang Travel Transline ini

dapat mencapai target, maka dibutuhkan pelayanan yang memuaskan para pelanggan dan mengungguli para pendatang baru tersebut.

Tabel 1.1
Data Penurunan Penjualan Travel Transline

Periode	Target (penumpang)	Tiket yang terjual	Tidak Tercapainya Target
Januari s.d April '2008	73600	70520	4%
Mei s.d Agustus '2008	73600	64520	12%
September s.d Desember '2008	75400	62380	17%

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan wawancara dengan manager Travel Transline, maka didapatkan faktor penyebab pelanggan Travel Transline beralih ke perusahaan baru ialah:

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. Pengembangan strategi pemasaran yang kurang tepat.
5. Perusahaan belum mengetahui faktor-faktor penentu loyalitas konsumen.

1.3 Pembatasan Masalah

Pembahasan pada penulisan tugas akhir ini akan dibatasi agar nantinya lebih memperjelas permasalahan yang ada. Pembatasan yang dilakukan ialah: Dalam penelitian ini, yang akan dibahas adalah upaya untuk meningkatkan loyalitas konsumen dalam kerangka persaingan dengan travel-travel lain di rute Jakarta – Bandung pp.

1.4 Perumusan Masalah

Dalam penelitian ini, akan dirumuskan beberapa hal yang nantinya akan ditarik menjadi kesimpulan pada akhir penelitian, diantaranya :

1. Faktor-faktor apa saja dipentingkan oleh konsumen dalam memilih travel?
2. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan Travel Transline ?
3. Bagaimana keunggulan dan kelemahan Travel Transline dibanding travel lain?
4. Faktor apa saja yang berpengaruh terhadap loyalitas penumpang Travel Transline
5. Upaya perbaikan apa yang dapat diberikan untuk meningkatkan kepuasan konsumen Travel Transline ?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah tersebut di atas maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Mengetahui faktor-faktor yang dipentingkan oleh konsumen dalam memilih travel.
2. Mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap kinerja pelayanan Travel Transline.
3. Mengetahui keunggulan dan kelemahan yang dimiliki Travel Transline dibandingkan travel lainnya.
4. Mengetahui faktor yang berpengaruh terhadap loyalitas penumpang Travel Transline.
5. Mengetahui upaya perbaikan terhadap pelayanan Travel Transline untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan untuk laporan Tugas Akhir ini penulis susun ke dalam 6 (enam) bab sebagai berikut:

- Bab 1 Pendahuluan

Dalam pendahuluan ini berisi latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, dan sistematika penulisan. Membahas masalah yang dibahas dalam penulisan skripsi ini dan teori-teori yang digunakan untuk memecahkan dan menganalisis masalah yang terjadi dalam penelitian ini.

- Bab 2 Tinjauan Pustaka

Bab ini berisi teori yang berkaitan dengan masalah yang diperoleh dari bab 1. Teori ini digunakan guna untuk memecahkan dan menganalisis masalah yang terjadi dalam penelitian.

- Bab 3 Metodologi Penelitian

Bab ini berisi langkah-langkah atau prosedur yang dilakukan dalam melakukan dari awal sampai akhir penelitian. Menjelaskan langkah-langkah tersebut sesuai berdasarkan teori yang sesuai dengan penelitian yang dilakukan.

- Bab 4 Pengumpulan Data

Bab ini berisi mengenai data-data yang dibutuhkan dalam melakukan penelitian ini secara keseluruhan. Data yang dibutuhkan adalah sejarah awal dibukanya Travel Transline di Jalan Surya Sumantri serta variabel-variabel yang dibutuhkan untuk mengetahui mengapa Travel Transline dapat bersaing oleh travel yang lebih baru. Variabel tersebut yang digunakan untuk menyusun kuesioner sehingga memperoleh data yang diinginkan.

- Bab 5 Pengolahan Data dan Analisis

Setelah data yang diinginkan telah diperoleh maka dilakukan pengolahan data untuk dapat memecahkan masalah yang yang diperoleh dari bab 1. Setelah itu dilakukan analisis dari pengolahan data tersebut, sehingga diperoleh usulan yang diinginkan untuk menyelesaikan masalah tersebut.

- Bab 6 Kesimpulan Dan Saran

Bab ini membahas kesimpulan yang diperoleh dari penelitian dan saran yang diberikan kepada pihak perusahaan untuk meningkatkan pendapatan.