

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Laju perkembangan dunia dewasa ini sangat pesat di segala bidang, terutama dalam bidang industri jasa, salah satu contohnya adalah jasa travel. Banyaknya perusahaan jasa travel yang berdiri disebabkan karena sebagian besar orang mulai berpendapat bahwa dengan bepergian sendiri tanpa membawa keluarga lebih bisa menghemat biaya jika menggunakan travel, tidak lelah menyetir, tidak harus repot pergi ke terminal atau stasiun, dan keamanan barang juga lebih terjamin dibandingkan dengan menggunakan jasa transportasi umum lainnya.

Di kota Bandung sendiri, perusahaan yang menyediakan jasa travel dengan berbagai jurusan sudah banyak. Salah satu jurusan yang banyak diminati adalah jurusan Bandung-Cirebon.

Andi's Travel adalah salah satu perusahaan jasa travel yang ada di kota Bandung. Pada awal berdirinya yaitu tahun 2004, Andi's travel menyediakan jasa dengan jurusan Bandung-Cirebon, Bandung-Kuningan, Bandung-Tegal, Bandung-Pekalongan, dan Bandung-Semarang. Namun, untuk saat ini jasa travel untuk Bandung-Semarang telah ditutup.

Andi's travel dengan jurusan Bandung -Cirebon pernah menjadi salah satu travel yang paling banyak diminati oleh konsumen. Namun berdasarkan hasil wawancara terhadap pihak Andi's travel, 1 tahun belakangan ini Andi's travel dengan jurusan Bandung-Cirebon mulai mengalami penurunan jumlah konsumen, dimana hal ini dapat terlihat dari jumlah kursi dalam satu mobil setiap perjalanan hanya terisi setengah setiap harinya. Sedangkan untuk jurusan Andi's travel yang lainnya tidak terdapat masalah jumlah penurunan konsumen. Dari hasil wawancara dengan konsumen, konsumen menyatakan bahwa mereka tidak memilih Andi's Travel melainkan memilih jasa travel yang lain, dimana apabila jasa travel yang lain sudah penuh maka konsumen baru kembali pada Andi's

travel. Sehingga dapat disimpulkan bahwa konsumen mulai tidak menyukai jasa Andi's Travel.

Berdasarkan permasalahan tersebut, penulis berusaha membantu Andi's travel untuk meningkatkan kualitas pelayanannya dengan cara melakukan analisis persepsi kualitas konsumen terhadap Andi's travel dibandingkan dengan travel-travel lainnya.

Berdasarkan permasalahan tersebut, penulis berusaha membantu Andi's travel untuk meningkatkan kualitas pelayanannya dengan cara melakukan analisis persepsi kualitas konsumen terhadap Andi's travel dibandingkan dengan travel-travel lainnya.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan dari hasil penelitian pendahuluan, yaitu dengan menyebarkan Kuesioner ke 40 responden, maka diketahui bahwa masalah yang dihadapi oleh Andi's travel ialah :

1. Berdasarkan hasil dari penyebaran kuesioner pendahuluan, diperoleh hasil bahwa Andi's travel bukan yang menjadi pertama kali diingat oleh responden atau tidak menjadi *Top of Mind*, yang menjadi *Top of Mind* adalah Trans Revo.

Tabel 1.1
Ranking *Top of Mind*

| Ranking | Nama Travel | Jumlah | Persentase (%) |
|---------|-------------|--------|----------------|
| 1 | Trans Revo | 12 | 30 |
| 2 | Cipaganti | 8 | 20 |
| 3 | Trans 5 | 6 | 15 |
| 4 | Fortuna | 5 | 12.5 |
| 5 | Andi's | 5 | 12.5 |
| 6 | 4848 | 4 | 10 |
| Total | | 40 | 100 |

Sumber : Kuesioner Pendahuluan, 2009

2. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner pendahuluan untuk *brand recall*, Andi's travel berada di urutan ke-5. Hal ini menunjukkan bahwa Andi's travel belum terlalu di ingat oleh responden.

Tabel 1.2
Ranking *Brand Recall*

| Ranking | Nama Travel | Jumlah | Persentase (%) |
|---------|--------------|--------|----------------|
| 1 | Cipaganti | 27 | 22.5 |
| 2 | Trans 5 | 27 | 22.5 |
| 3 | Trans Revo | 19 | 15.83 |
| 4 | Fortuna | 15 | 12.50 |
| 5 | Andis | 13 | 10.83 |
| 6 | 4848 | 12 | 10.00 |
| 7 | Mukti | 3 | 2.50 |
| 8 | One travel | 2 | 1.67 |
| 9 | Bima Cirebon | 2 | 1.67 |
| Total | | 120 | 100 |

Sumber : Kuesioner Pendahuluan, 2009

Dari hasil *Top of Mind* dan *Brand recall*, yang menjadi pesaing utama Andi's Travel adalah Cipaganti, Trans 5, Trans Revo, dan Fortuna. Penentuan pesaing ini selain dikarekan oleh hasil dari kuesioner pendahuluan juga disebabkan oleh kesamaan jurusan, kesamaan fasilitas yang diberikan, serta dari harga yang selevel.

Sedangkan untuk travel 4848 dan mukti tidak dimasukkan dalam pemilihan pesaing karena travel tersebut sudah berada dibawah Andi's Travel. Dan One Travel dan Bima Cirebon tidak dimasukkan kedalam pesaing karena mereka merupakan travel yang baru, yang umur berdirinya juga kurang dari 6 bulan serta belum begitu dikenal oleh masyarakat.

3. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner pendahuluan, diperoleh 62.5 % responden yang sudah mengetahui dan pernah menggunakan jasa Andi's travel, 25% mengetahui tetapi tidak pernah menggunakan jasa Andi's travel, dan 12.5% tidak mengetahui sama sekali.

Tabel 1.3
Brand Recognition

| Apakah anda pernah menggunakan jasa Andi's travel ? | Jumlah | Persentase (%) |
|---|--------|----------------|
| Ya, saya mengetahui dan pernah menggunakan jasa tersebut | 25 | 62.5 |
| Ya, saya mengetahui tetapi tidak pernah menggunakan jasa tersebut | 10 | 25 |
| Tidak Mengetahui sama sekali | 5 | 12.5 |
| Total | 40 | 100 |

Sumber : Kuesioner Pendahuluan, 2009

- Berdasarkan hasil kuesioner pendahuluan, responden yang sudah pernah menggunakan jasa Andi's travel menyatakan bersedia untuk menggunakan jasa Andi's travel lagi sebesar 36%, sedangkan yang tidak bersedia menggunakan jasa Andi's travel lagi sebesar 64%.

Tabel 1.4
Kesediaan Menggunakan Jasa Andi's Travel

| Kesediaan untuk menggunakan jasa Andi's lagi | Jumlah | Persentase (%) |
|--|--------|----------------|
| Ya | 9 | 36 |
| Tidak | 16 | 64 |
| Total | 25 | 100 |

Sumber : Kuesioner Pendahuluan, 2009

Berdasarkan hasil dari kuesioner pendahuluan dan wawancara kepada konsumen, diperoleh hasil bahwa responden tidak bersedia untuk menggunakan Andi's travel lagi karena merasa Andi's travel kurang baik dalam melayani konsumennya. Sehingga responden menjadikan Andi's travel sebagai alternative terakhir jika travel yang lain sudah penuh.

- Berdasarkan hasil kuesioner pendahuluan, responden yang mengetahui Andi's travel tetapi belum pernah menggunakan jasa Andi's travel serta responden yang sama sekali tidak mengetahui Andi's travel, terdapat 60% yang menyatakan ingin mencoba menggunakan jasa Andi's travel, sedangkan 40% menyatakan tidak ingin mencoba menggunakan jasa Andi's travel.

Tabel 1.5
Kesediaan Untuk Mencoba Menggunakan Jasa Andi's Travel

| Kesediaan untuk mencoba menggunakan jasa Andi's travel | Jumlah | Persentase (%) |
|--|--------|----------------|
| Ya | 9 | 60 |
| Tidak | 6 | 40 |
| Total | 15 | 100 |

Sumber : Kuesioner Pendahuluan, 2009

6. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner pendahuluan, 82.86% mengetahui tentang Andi's travel karena diberitahu oleh teman, 8.57% melihat spanduk Andi's travel, 2.86% mengetahui dari Koran, 2.86% melihat langsung tempat Andi's travel, dan 2.86% mengetahui dari reklame.

Tabel 1.6
Media dalam Memperkenalkan Andi's Travel

| Dari mana anda mengetahui andi's travel? | Jumlah | Persentase (%) |
|--|--------|----------------|
| Teman | 29 | 82.86 |
| Spanduk | 3 | 8.57 |
| Koran | 1 | 2.86 |
| Melihat langsung tempatnya | 1 | 2.86 |
| Reklame | 1 | 2.86 |
| Total | 35 | 100 |

Sumber : Kuesioner Pendahuluan, 2009

1.3 Pembatasan Masalah

Travel yang dijadikan sebagai pembanding adalah Trans 5, Trans Revo, Cipaganti, dan Fortuna. Dipilihnya Trans 5, Trans Revo, Cipaganti, dan Fortuna di karenakan hasil kuesioner, menunjukkan bahwa mereka memang pesaing dari Andi's travel dan berdasarkan harga serta fasilitas yang diberikan juga sebanding antara satu dengan yang lainnya.

1.4 Perumusan Masalah

Adapun perumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut :

1. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap kinerja Andi's Travel?

2. Bagaimana posisi Andi's travel dibandingkan dengan pesaingnya?
3. Usulan apa yang dapat diberikan untuk meningkatkan persepsi konsumen terhadap Andi's travel?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka dapat diketahui tujuan dari penelitian ini antara lain :

1. Mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap kinerja Andi's travel.
2. Mengetahui posisi Andi's travel dibandingkan dengan pesaingnya.
3. Dapat memberikan usulan untuk meningkatkan persepsi konsumen terhadap Andi's travel.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB 1 PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang dilakukannya pengamatan terhadap perusahaan, diidentifikasi masalah yang ada di perusahaan yang diamati, pengamatan yang dilakukan dibatasi masalahnya agar tidak terlalu luas. perumusan masalah yang akan dianalisis pada Bab 5, Tujuan dari dilakukannya penelitian, serta berisi sistematika penulisan.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Landasan teori berisi kumpulan mengenai *perceived quality*, Pengujian hipotesis 2 populasi, teknik sampling, dan teori – teori lainnya yang digunakan untuk menunjang dalam pembuatan laporan tugas akhir.

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi mengenai tahapan yang dilakukan dalam melakukan pengamatan, dimulai dari penentuan perusahaan yang akan diamati sampai pada kesimpulan dan saran.

BAB 4 PENGUMPULAN DATA

Berisi mengenai data – data yang dikumpulkan untuk mendukung penelitian ini, seperti data hasil wawancara langsung dan juga data hasil penyebaran kuesioner.

BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

Berisi pengolahan data yang dilakukan secara bertahap yang didasarkan dari hasil pengumpulan data dan kemudian dilakukan analisis.

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

Berisi kesimpulan dan saran-saran perbaikan yang dapat diberikan untuk Andi's travel.