

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

1. Atribut-Atribut yang di anggap penting oleh konsumen travel

- Tempat yang mudah dijangkau (*pool* / kantor)
- Tersedianya tempat menunggu yang nyaman di tempat singgah / tempat peristirahatan
- Kenyamanan tempat duduk didalam mobil
- Berfungsinya pendingin udara didalam mobil
- Pelayanan *door to door* atau layanan antar jemput yang disediakan
- Harga yang lebih terjangkau dibandingkan dengan travel lainnya
- Promo tiket gratis untuk penukaran beberapa tiket
- Promosi melalui media cetak (koran)
- Promosi melalui jejaring sosial (*facebook, twitter, dsb*)
- Keramahan karyawan kantor travel
- Keramahan supir travel
- Kesopanan karyawan kantor travel
- Kesopanan supir travel
- Cara menyetir supir yang baik (tidak ugal -ugalan)
- Karyawan cepat tanggap dalam mengatasi masalah
- Keterbukaan pihak travel untuk menerima kritik dan saran
- Kecepatan dalam pelayanan yang diberikan pihak travel
- Cara pembayaran dapat menggunakan kartu debit maupun kredit (khusus untuk di kantor)
- Ketepatan jam keberangkatan travel
- Variasi jam keberangkatan travel
- Kebersihan didalam mobil

- Aroma dalam mobil yang bersih dan segar
- Kondisi mobil yang baik saat akan melakukan perjalanan
- Kenyamanan suhu di dalam mobil

2. Tingkat kepentingan dan kinerja Andi's Travel dari hasil penelitian adalah :

Untuk kepentingan dan kinerja dari Andi's Travel harus dilakukan perbaikan dalam hal promosi melalui jejaring sosial seperti *facebook*, *twitter*, dsb, kesopanan karyawan kantor travel, promosi melalui media cetak, kenyamanan suhu di dalam mobil, berfungsinya pendingin udara di dalam mobil dan kenyamanan tempat duduk di dalam mobil

3. Kelemahan dan kelebihan Andi's Travel dibandingkan dengan pesaingnya yaitu :

◆ **Kelebihan**

- ✓ Promo tiket gratis untuk penukaran beberapa tiket
- ✓ Harga yang lebih terjangkau dibandingkan dengan travel lainnya
- ✓ Keramahan supir travel
- ✓ Pelayanan door to door atau layanan antar jemput yang disediakan
- ✓ Kesopanan supir travel
- ✓ Ketepatan jam keberangkatan travel
- ✓ Variasi jam keberangkatan travel
- ✓ Cara menyetir supir yang baik (tidak ugal -ugalan)
- ✓ Keramahan karyawan kantor travel
- ✓ Tersedianya tempat menunggu yang nyaman di tempat singgah / tempat peristirahatan
- ✓ Tempat yang mudah dijangkau (pool / kantor)

◆ Kelemahan

- ✓ Kesopanan karyawan kantor travel
- ✓ Kecepatan dalam pelayanan yang diberikan pihak travel
- ✓ Keterbukaan pihak travel untuk menerima kritik dan saran
- ✓ Berfungsinya pendingin udara didalam travel
- ✓ Karyawan cepat tanggap dalam mengatasi masalah
- ✓ Aroma dalam travel yang bersih dan segar
- ✓ Cara pembayaran dapat menggunakan kartu debit maupun kredit (khusus untuk di kantor)
- ✓ Kondisi mobil yang baik saat akan melakukan perjalanan
- ✓ Kenyamanan tempat duduk didalam travel
- ✓ Kenyamanan suhu di dalam mobil
- ✓ Kebersihan didalam mobil
- ✓ Promosi melalui media cetak (koran)
- ✓ Promosi melalui jejaring sosial (*facebook, twitter, dsb*)

4. *Segmentation, Targeting, Positioning* Andi's Travel

• *Segmentation*

Berdasarkan hasil segmentasi yang ada di dapatkan konsumen yang menjadi terget pasar yaitu konsumen yang berprofesi sebagai pelajar / mahasiswa yang berusia 20 tahun – 30 tahun. Memiliki uang saku sebesar Rp. 500.000- Rp. 1.000.000 dan intensitas penggunaan travel 1 kali di dalam sebulan, alasan penggunaan travel untuk pulang ke kota masing-masing. Jadwal keberangkatan yang paling banyak dimintai adalah waktu pagi dini / subuh.

• *Targeting*

Target dari Andi's Travel adalah wanita dan pria , pekerjaan / profesi sebagai pelajar / mahasiswa dengan uang saku sebesar 500 ribu – 1 juta rupiah. Informasi mengenai Andi's Travel banyak diketahui dari keluarga, dan jadwal keberangkatan yang paling banyak dimintai adalah waktu pagi dini hari / subuh. Intensitas penggunaan dalam satu bulan paling banyak 1

kali dan 2 hingga 4 kali serta alasan penggunaan adalah untuk pulang kampung / mudik.

- *Positioning*

Andi's adalah salah satu travel yang memiliki harga terjangkau dibandingkan dengan travel pesaingnya. Oleh karena itu Andi's adalah travel yang banyak diminati oleh para pelajar / mahasiswa, dan banyak dari mereka menggunakan Andi's untuk pulang ke kota mereka. Oleh karena itu Andi's memposisikan diri sebagai travel yang digunakan oleh para pelajar / mahasiswa untuk pulang dan pergi dari kota mereka untuk mudik dan juga sebagai travel dengan harga yang cukup terjangkau untuk banyak digunakan oleh pelajar / mahasiswa yang belum berpenghasilan. Slogan yang dapat digunakan untuk mewakili Andi's adalah “ **Andi's, PASTI MURAHNYA PASTI SAMPAI TUJUANNYA** “

5. Usulan strategi pemasaran yang dapat diberikan kepada Andi's Travel agar dapat menarik kembali minat konsumen :

❖ *Product*

- Tempat duduk menjadi suatu kebutuhan yang sangat penting didalam sebuah mobil. Andi's Travel harus menyediakan tempat duduk yang nyaman bagi para konsumen. Perlu adanya pemeriksaan tempat duduk, seperti memastikan tidak ada tempat duduk yang sobek / rusak, memastikan alat pengatur maju mundur kursi berjalan dengan baik, dsb.
- Andi's Travel perlu memastikan berfungsinya pendingin udara di dalam mobil. Hal tersebut dilakukan agar konsumen dapat merasa nyaman selama berada didalam mobil.

❖ *Price*

- Andi's Travel dapat melakukan promosi kepada para pelajar / mahasiswa dengan cara memberikan diskon khusus kepada para pelajar / mahasiswa yang menunjukkan kartu pelajar / mahasiswa.

❖ Place

- Andi's Travel dapat menambah *pool* / kantor yang ada di Bandung untuk dapat memperluas jangkauan. Saat ini kantor Andi's Travel berada di Bandung Barat, oleh karena itu Andi's Travel dapat memperluas jangkauan *service area* dengan cara menambah *outlet* yang tersebar di seluruh Bandung agar pelayanan *door to door* lebih efisien.

❖ Promotion

- Andi's Travel sebaiknya lebih memperhatikan promosi melalui jejaring sosial dikarenakan saat ini banyak orang yang menggunakan jejaring sosial, oleh karena itu promosi melalui jejaring sosial merupakan suatu kesempatan yang baik untuk dapat menyampaikan informasi mengenai Andi's Travel dengan lebih cepat, dan mudah diakses oleh para konsumen.
- Promosi Andi's Travel melalui media cetak pun harus dibuat lebih menarik agar dapat menarik perhatian calon konsumen. Promosi pun dapat dilakukan dengan menyebarkan brosur-brosur di kalangan pelajar / mahasiswa untuk dapat memperluas informasi mengenai Andi's Travel.

❖ People

- Andi's Travel harus memberikan pelatihan kepada setiap pegawainya untuk mampu melayani keinginan konsumen dan dapat melatih cara berkomunikasi, cara menanggapi konsumen yang baik pada saat pekerja berhadapan dengan konsumen.

❖ Process

- Andi's Travel sebaiknya menambah kerjasama dengan bank yang dapat melakukan pembayaran dengan kartu kredit ataupun debit sehingga dapat mempermudah konsumen untuk dapat melakukan transaksi dengan praktis dan mudah.
- Sebaiknya pihak Andi's Travel memberikan *training* serta sosialisasi bagi para karyawannya agar dapat cepat tanggap

dalam memberikan pelayanan kepada para konsumen. Serta diharapkan pihak Andi's dapat terus memantau karyawannya dalam memberikan pelayanan kepada konsumen supaya apabila terjadi kesalahan dapat diarahkan.

❖ *Physical Evidence*

- Andi's Travel sebaiknya lebih memperhatikan kebersihan didalam mobil dan menjaga aroma yang bersih dan segar di dalam mobil. Hal tersebut dilakukan untuk menjaga kenyamanan konsumen selama melakukan perjalanan.
- Andi's Travel sebaiknya lebih memperhatikan kondisi mobil sebelum maupun sesudah melakukan perjalanan, agar mengurangi resiko kecelakaan dalam perjalanan yang dikarenakan kondisi kendaraan yang kurang baik.

6.2 Saran

Saran yang diberikan bertujuan untuk dilakukan penelitian yang lebih baik lagi agar dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan, yaitu:

- Mengutamakan atribut yang masih dirasakan belum puas oleh konsumen dan yang tertinggal dari pesaing.
- Sebaiknya dilakukan penelitian tentang kualitas dari sebuah jasa untuk memperbaiki serta meningkatkan performansi Andi's dalam menyajikan jasa yang terbaik untuk konsumen.