

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada zaman yang semakin maju ini manusia baik tua-muda, besar-kecil, pria maupun wanita pasti melakukan berbagai aktifitas seperti ke sekolah atau ke kampus, berangkat ke kantor, ataupun sekedar jalan-jalan saja. Semuanya melakukan mobilitas ke berbagai tujuan, baik itu dengan membawa barang bawaan ataupun tidak. Kegiatan mobilitas ini sudah menjadi aktifitas harian bagi masyarakat di zaman sekarang.

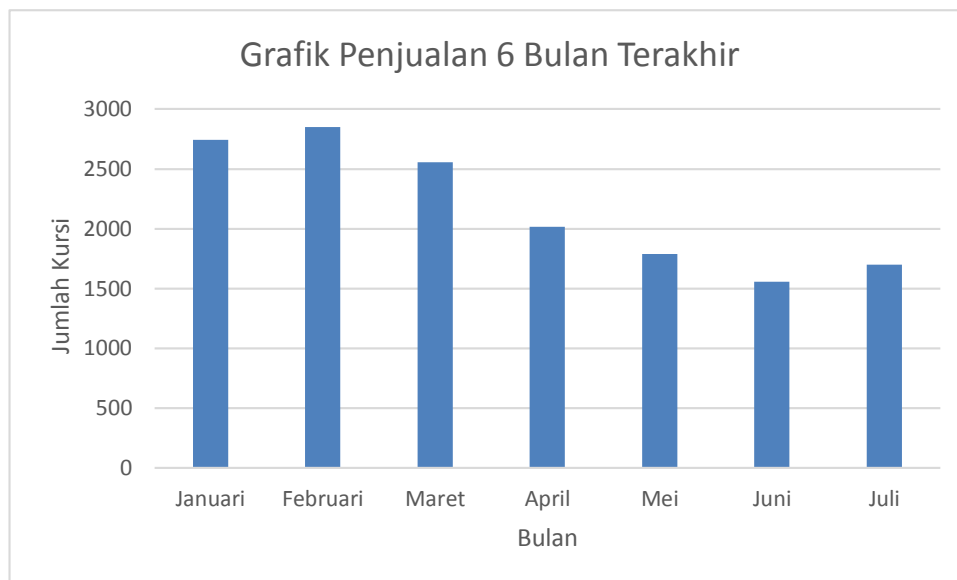
Oleh karena itu kegiatan mobilitas ini perlu ditunjang dengan adanya sarana transportasi. Transportasi ini dapat dilakukan dengan ataupun tanpa menggunakan alat bantu. Alat bantu tersebut dapat berupa tenaga manusia, binatang dan mesin. Dan sarana transportasi saat ini sangat beragam mulai dari transportasi darat, laut maupun udara. Sarana transportasi yang digunakan disesuaikan dengan kebutuhan yang akan dilakukan namun yang paling umum digunakan adalah transportasi darat baik itu milik pribadi maupun sarana publik, seperti diantaranya : mobil, motor, bus, kereta api, taxi dan lain-lain. Begitu banyak sarana transportasi umum sehingga para penggunanya harus sangat selektif agar tidak merugikan diri sendiri karena pada transportasi umum angka kriminalitas masih cukup tinggi. Oleh karena itu dibutuhkan sarana transportasi umum yang nyaman juga aman sehingga sampai dengan tujuan dengan selamat.

Saat ini salah satu jenis transportasi yang aman dan nyaman yaitu dengan menggunakan agen perjalanan atau *travel agent*. Salah satu *travel agent* di Bandung yang sudah memiliki kredibilitas yaitu Cipaganti *travel*, memiliki tiga anak perusahaan *travel agent* yaitu Cipaganti *travel*, Transline dan STAR.

Dari tiga anak perusahaan Cipaganti *travel* ini yaitu salah satunya Transline memiliki sarana armada mobil terbaru sehingga kenyamanan perjalanan yang lebih baik. Berdasarkan hasil wawancara dengan *staff* HRD Transline yaitu Ibu Aulia Prita, ST.,MT perusahaan ini mengalami penurunan

penjualan. Oleh karena itu masalah ini penulis ingin meneliti lebih lanjut mengenai menurunnya penjualan yang terjadi dengan meneliti usulan strategi pemasaran agar nantinya dapat meningkatkan penjualan bagi Transline.

Berikut merupakan jumlah jasa yang terjual selama 6 bulan terakhir:



Gambar 1.1

Grafik Penjualan

1.2 Identifikasi Masalah

Untuk mempermudah penulis dalam menentukan langkah-langkah selanjutnya dalam penelitian ini, maka dilakukan identifikasi masalah dengan berdiskusi dengan *staff* HRD Transline yaitu Ibu Aulia Prita, ST.,MT dimana terjadi adanya penurunan penjualan, berdasarkan hasil diskusi kemungkinan permasalahan yang timbul diakibatkan :

1. Perusahaan tidak mampu bersaing dengan banyaknya pesaing baru yang muncul dibidang bisnis *travel* ini.
2. Penurunan tingkat kepuasan konsumen akibat berkurangnya performansi layanan yang diberikan dari Transline.
3. Perusahaan belum mengetahui keinginan konsumen.
4. Target pasar yang ditentukan oleh perusahaan belum sesuai dengan pangsa pasar yang ada.

5. Strategi pemasaran saat ini belum dapat meningkatkan penjualan di Transline.
6. Daya beli konsumen turun.

1.3 Pembatasan Masalah

Pada bagian ini, peneliti akan melakukan pembatasan masalah yang bertujuan untuk membatasi ruang lingkup permasalahan yang akan diteliti agar dapat dibahas secara lebih mendalam. Maka adapun batasan masalah yang dilakukan sebagai berikut:

1. Pesaing yang akan diamati yaitu Citi Trans sebagai pesaing utama Transline. Alasan pemilihan Citi Trans ini dikarenakan keduanya dapat disandingkan secara *head to head* dengan Transline dilihat dari jasa yang diberikan keduanya layanan executive travel dan harga yang bersaing Transline: 85,000,00 dan Citi Trans: 95,000,00.
2. Rute travel yang akan diamati hanya jurusan dari Kota Bandung ke Jakarta Selatan, karena sebagian besar rute travel yang dilayani travel Transline menuju Jakarta Selatan.
3. Tidak membahas daya beli konsumen pada saat ini.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan hasil identifikasi masalah yang telah dilakukan sebelumnya maka perumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah :

1. Hal-hal apa saja yang dianggap penting bagi konsumen dalam memilih jasa *travel* yang digunakan?
2. Apa kelebihan dan kelemahan Transline dibanding pesaingnya?
3. Apakah target pasar yang ditentukan oleh Transline sudah sesuai dengan keadaan pasar saat ini?
4. Strategi pemasaran apa saja yang perlu ditingkatkan Transline untuk meningkatkan kepuasan konsumen ?

1.5 Tujuan Penelitian

Setelah menentukan perumusan masalah , maka tujuan dari dilakukannya penelitian adalah :

1. Mengetahui Hal-hal apa saja yang dianggap penting bagi konsumen dalam memilih jasa *travel* yang akan digunakan.
2. Mengetahui kelebihan dan kelemahan Transline dibanding pesaingnya
3. Mengetahui apakah target pasar yang ditentukan oleh Transline sudah sesuai dengan keadaan pasar saat ini.
4. Mengetahui strategi pemasaran apa yang perlu ditingkatkan Transline untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB 1 PENDAHULUAN

Membahas mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, perumusan masalah, pembatasan masalah dan asumsi, maksud dan tujuan dari penelitian ini, dan sistematika penulisan.

BAB 2 LANDASAN TEORI

Membahas mengenai semua teori yang berhubungan dan digunakan pada penelitian ini.

BAB 3 SISTEMATIKA PENELITIAN

Membahas mengenai langkah-langkah penelitian yang dilakukan saat mengadakan penelitian dari awal hingga akhir.

BAB 4 PENGUMPULAN DATA

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

BAB 5 PENGOLAHAN DATA

Membahas mengenai pengolahan data sesuai dengan data-data yang sudah diperoleh serta menganalisis dari hasil pengolahan data tersebut.

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini membahas mengenai kesimpulan dari hasil pengolahan data dan analisa-analisa yang telah dilakukan oleh peneliti juga berisi saran-saran kepada pihak perusahaan.