

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dunia bisnis travel atau jasa transportasi khususnya kini semakin menjamur, banyak perusahaan travel baru yang bermunculan setiap tahunnya. Pertumbuhan bisnis di dunia travel dan pariwisata baik dalam maupun luar negeri menunjukkan tingginya tingkat mobilitas dari suatu daerah ke daerah yang lain. Perkembangan bisnis sekarang yang semakin pesat dan ketatnya persaingan antar kompetitor sejalan dengan meningkatnya penggunaan jasa dalam era globalisasi dan zaman yang semakin modern ini, khususnya perusahaan travel yang pada saat ini sangat diminati oleh masyarakat Indonesia.

Transportasi memiliki peranan penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi, pengembangan wilayah dan pemersatu wilayah negara Kesatuan Republik Indonesia dalam rangka mewujudkan wawasan nusantara. Seperti yang tertuang dalam fungsi dan tujuan Transportasi nasional dalam Undang – Undang tentang Angkutan jalan Republik Indonesia No. 74 Tahun 2014 Pasal 5 Ayat (1) yang mengatakan bahwa :

“Transportasi umum berfungsi mendukung pertumbuhan ekonomi, pengembangan wilayah dan pemersatu wilayah dalam rangka mewujudkan wawasan nusantara untuk mencapai tujuan Nasional dan angkutan jalan sebagai salah satu moda transportasi tidak dapat dipisahkan dari moda – moda transportasi lain, yang ditata dalam sistem transportasi nasional yang dinamis dan mampu mengadaptasi kemajuan di masa depan”. Untuk mewujudkan fungsi dan tujuan Transportasi nasional tersebut, kualitas Transportasi umum harus ditingkatkan sejak dini agar Indonesia semakin bermutu.

Dari pengertian ini terlihat bagaimana transportasi , dalam hal ini adalah kendaraan , berkembang seiring dengan majunya teknologi manusia. Perkembangan penemuan teknologi manusia juga mengembangkan transportasi menjadi modern. Kaitannya dengan perkembangan kehidupan manusia yang semakin maju, transportasi memiliki peran signifikan di berbagai aspek seperti aspek sosial, ekonomi, lingkungan, politik, pertahanan dan keamanan. Perkembangan di bidang transportasi umum semakin berkembang di Indonesia. Bagi masyarakat yang ingin pergi dari satu tempat ke tempat - tempat lain untuk melakukan kegiatan tertentu tanpa menggunakan transportasi pribadi maka jasa transportasi umum atau biro perjalanan menjadi sarana transportasi pilihan.

Biro perjalanan atau travel adalah perusahaan yang bergerak dibidang transportasi dan mengurus kebutuhan konsumen yang berhubungan dengan perjalanan seperti penyediaan tiket, penginapan, paspor, dan sebagainya. Biro perjalanan atau biasa disebut masyarakat luas dengan travel adalah jasa pelayanan transportasi anatar daerah dengan menggunakan minibus berkapasitas 8 - 15 orang. Travel dianggap sebagai salah satu cara transportasi antar daerah yang lebih nyaman dibanding kereta atau bus karena tidak harus berdesakan atau berdiri sepanjang perjalanan seperti yang terjadi pada transportasi kereta atau bus.

Dengan meningkatnya mobilitas masyarakat maka bisnis biro perjalanan semakin marak di berbagai Kota Besar. Berbagai pelaku bisnis jasa ini kemudian bersaing untuk dapat menarik konsumen menggunakan jasa travel masing – masing. Dalam menarik konsumen, pemilik bisnis berusaha sebaik mungkin memberikan segala yang terbaik untuk memenuhikonsumen dengan harga lebih terjangkau dan pelayanan yang bagus. Buchari Alma (2002), mengemukakan bahwa harga merupakan sebuah nilai yang ditentukan untuk suatu barang maupun jasa yang ditentukan dengan uang.

Dari pengertian ini terlihat bagaimana promosi, sangatlah berpengaruh terhadap pengguna travel. Konsumen juga tidak segan

memberikan nilai positif dalam perusahaan travel tersebut kepada orang lain. Lupiyoadi (2006, 98), mengemukakan bahwa manfaat yang dimiliki oleh suatu produk atau jasa harus dibandingkan dengan berbagai biaya (pengorbanan) yang ditimbulkan dalam mengkonsumsi layanan jasa tersebut.

Di Indonesia perkembangan sektor jasa berlangsung pesat. Hal ini ditunjukkan dengan meningkatnya sektor jasa dalam Domestik Bruto, dalam hal ini harus melakukan berbagai upaya untuk mengembangkan dunia transportasi dengan menyediakan sarana dan prasarana transportasi darat untuk mewujudkan transportasi yang menciptakan peningkatan perekonomian dan pendapatan masyarakat serta menembus daerah terpencil. Fenomena bisnis sekarang ini memasuki persaingan global yang sangat ketat. Fenomena ini terjadi bukan hanya terbatas pada transportasi tertentu tetapi hampir semua transportasi termasuk transportasi pelayanan jasa pengangkutan. Perubahan ini pada gilirannya akan mempengaruhi strategi harga dan pelayanan jasa terhadap minat menggunakan travel.

Persaingan dalam promosi yang dialami perusahaan travel, saat ini sudah mengarah pada persaingan harga, dengan sejumlah uang yang sama mereka menawarkan produk yang sama. Mereka yang berhasil mendapat pelanggan yang banyak adalah mereka yang mampu menyediakan sesuatu yang sesuai dengan keinginan pelanggan.

Dalam layanan jasa ini apakah konsumen sudah merasa puas atau belum, dengan adanya persaingan seperti ini. Pada umumnya ketidakpuasan penumpang dikarenakan kinerja aktual yang dirasakan yang mereka harapkan, seperti waktu keberangkatan dan tiba tidak tepat, serta pelayanan yang kurang ramah serta sikap pengemudi yang kadang hanya sekedar menjalankan tugas semata. Ketidakpuasan ini terangkum dalam lima dimensi kualitas jasa, yaitu keandalan, ketanggapan, keyakinan, empati dan keberwujudan (Tjiptono dan Anastasia, 2001: 70).

Pengguna jasa merupakan sebagai suatu kondisi yang terjadi apabila seseorang melihat ciri – ciri atau arti sementara situasi yang dihubungkan dengan keinginan – keinginan atau kebutuhan – kebutuhkannya sendiri. merupakan dorongan atau keinginan dalam diri seseorang pada objek tertentu. Misalnya, minat terhadap pelajaran , bisnis, atau hobi. Minat adalah kecenderungan dalam diri individu untuk tertarik pada sesuatu objek atau menyenangkan sesuatu objek. Artinya, setiap orang memiliki minat yang bisa saja berbeda dengan minat orang lain. Minat berkaitan erat dengan motivasi seseorang, sesuatu yang dipelajari. Serta dapat berubah – ubah tergantung pada kebutuhan, pengalaman, dan mode yang sedang trend, bukan bawaan sejak lahir.

Promosi bertujuan untuk meraih pencapaian sumber informasi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian. Minat tidak hanya sebagai pacuan konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian, tetapi mendorong konsumen atau pelanggan untuk membeli. Tujuan akhir dari sebuah minat bagi perusahaan adalah untuk mempengaruhi sikap, persepsi dalam perilaku konsumen atau pelanggan sehingga konsumen berperilaku sesuai dengan yang diinginkan perusahaan yaitu membeli dan menggunakan produknya. Saat ini persaingan bisnis harus transparan dan konsisten dalam memenuhi kebutuhan konsumennya, di samping mereka harus berlomba dengan pesaing untuk mempertahankan minat terhadap pelayanan jasa dan harga. Salah satunya di industri jasa menyatakan dampak globalisasi menyebabkan industri jasa yang terdiri dari berbagai macam manufaktur transportasi darat sehingga berkembang lebih cepat.

Pada pengaruh promosi dan pelayanan jasa terhadap menggunakan Travel, menjadi poin utama sebagai kekuatan minat ketertarikan sebuah perusahaan dalam bersaing. Perusahaan yang bergerak di bidang jasa mempunyai peluang besar untuk berkembang dengan pesat jika perusahaan mempunyai kemampuan memenuhi harapan para konsumennya. Perkembangan ini tentunya juga tidak hanya disebabkan oleh satu faktor penentu saja, namun banyak aspek – aspek yang perlu diperhitungkan untuk menarik minat calon

konsumen untuk menjadi konsumen tetap (Pelanggan). Jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh pihak satu kepada pihak lainnya, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Berbagai Travel akan berlomba – lomba untuk meningkatkan pelayanan yang ada untuk bersaing dengan travel yang lainnya. Yang membedakan antara travel yang satu dengan yang lain diantaranya pada harga, kualitas pelayanannya, proses, dan sarana fisik lainnya. Berdasarkan persaingan yang cukup ketat, Menerapkan ilmu pengetahuan peneliti selama belajar di Fakultas Ilmu Administrasi Niaga Universitas Respati Indonesia, dan perkembangan Ilmu pengetahuan, diharapkan dapat menambah penelitian Ilmiah dan juga merupakan langkah awal dalam pengembangan penelitian yang lebih dalam dan sempurna. untuk sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Niaga (S.Sos) pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Respati Indonesia.

Berdasarkan uraian pada latar belakang tersebut diatas, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Promosi Dan Pelayanan Terhadap Pengguna Jasa Travel (Pada Travel Cv. Bina Sarana)”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan penulis mengidentifikasi masalah penelitian sebagai berikut :

1. Dalam Promosi seharusnya mampu untuk menarik konsumen untuk membeli, tetapi dalam kenyataannya tidak mengalami kemajuan dalam menarik pembeli.
2. Dengan Pelayanan yang dilakukan kurang mampu terwujud, di karenakan kurang maksimal dalam pelayanannya teralihkan atau kurangnya keseriusan dalam waktu , supirnya tidak sopan, Dll.
3. Kurangnya Pengguna Jasa konsumen dikarenakan kurangnya Pelayanan yang diberikan kurang memuaskan, oleh sebab itu pelanggan beralihkan ke tempat lain dengan pelayanan jasa yang memuaskan.

C. Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah maka tidak semua diidentifikasi atau diteliti, oleh karena itu masalah penelitian akan dibatasi pada :

1. Promosi
2. Pelayanan
3. Pengguna Jasa

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, identifikasi masalah dan pembatasan masalah maka rumusan masalah penelitian ini adalah :

1. Apakah ada Pengaruh Promosi terhadap Pengguna Jasa menggunakan Travel (Pada Travel CV.Bina Sarana) ?
2. Apakah ada Pengaruh Pelayanan Terhadap Pengguna Jasa menggunakan Travel (Pada Travel CV.Bina Sarana) ?
3. Apakah ada Pengaruh Promosi dan Pelayanan secara bersama - sama terhadap Pengguna Jasa menggunakan Travel (Pada travel CV.Bina Sarana) ?

E. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengungkap indikator variabel Promosi (X_1), variabel Pelayanan (X_2), dan variabel yang dapat mempengaruhi variabel Pengguna Jasa menggunakan Travel (Y)

F. Manfaat Penelitian

1. Secara Umum

- a. Untuk mengetahui Promosi, Pelayanan dan Pengguna Jasa menggunakan Travel pada Cv.Bina Sarana.
- b. Untuk analisa pengaruh Promosi, Pelayanan dan Pengguna Jasa menggunakan Travel pada Cv.Bina Sarana.

2. Secara Khusus

- 1) Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Niaga (S.Sos) pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Respati Indonesia.
- 2) Menerapkan ilmu pengetahuan peneliti selama belajar di Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Respati Indonesia.
- 3) Bagi perkembangan ilmu pengetahuan, diharapkan dapat menambah kekayaan penelitian ilmiah dan juga merupakan langkah awal dalam pengembangan penelitian yang lebih mendalam.

G. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah dan memahami antara bab yang satu dengan bab yang lainnya, maka sistematika penulisan skripsi ini sebagai berikut :

1. BAB I : Pendahuluan

Pada bab ini diuraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

2. BAB II : Landasan Teori

Pada bab ini diuraikan tentang deskripsi teoritik, hasil penelitian yang relevan, kerangka berpikir, dan hipotesis.

3. BAB III : Metodologi Penelitian

Pada bab ini diuraikan tentang jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, kisi – kisi instrumen, kalibrasi (uji coba penelitian), dan teknik analisa data.

4. BAB IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pada bab ini diuraikan tentang gambaran umum dan observasi, analisa dan pembahasan, uji validitas data, uji realibilitas, pengujian hipotesis dan pembahasan, dan keterbatasan masalah.

5. BAB V : Kesimpulan Dan Saran

Pada bab ini diuraikan tentang kesimpulan dan saran.