

BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Pada era perdagangan bebas dan persaingan global mengoptimalkan seluruh perusahaan di Indonesia dapat menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat. Munculnya persaingan dalam dunia bisnis merupakan hal yang tidak dapat dihindari, dengan adanya persaingan, maka seluruh perusahaan dihadapkan pada berbagai peluang dan ancaman baik yang berasal dari dalam maupun dari luar negeri. Untuk itu setiap perusahaan dituntut untuk selalu mengerti dan memahami apa yang terjadi dipasar dan apa yang menjadi keinginan konsumen, serta berbagai perubahan yang ada dilingkungan bisnisnya sehingga mampu bersaing dengan perusahaan-perusahaan lainnya, sudah seharusnya perusahaan berupaya untuk meminimalisasi kelemahan-kelemahannya dan memaksimalkan kekuatan yang dimilikinya. Dengan demikian perusahaan dituntut untuk mampu memilih strategi pemasaran yang dapat digunakan untuk menguasai persaingan.

Dalam berwirausaha atau bisnis di era pasar bebas dimana situasi pasar yang semakin kompetitif serta penuh dengan ketidakpastian dan menghadapi persaingan yang ketat. Hal ini yang mengharuskan perusahaan untuk melakukan kegiatan yang efektif dan membutuhkan suatu strategi yang dapat mampu memberikan kontribusi terhadap pencapaian tujuan perusahaan, peningkatan mutu dan luasnya jaringan pemasaran. Sehingga perusahaan dapat mengembangkan usahanya, meningkatkan daya saing dan kelangsungan hidup perusahaan dapat terjamin dalam jangka waktu Panjang.

Pada era modern perkembangan teknologi yang sangat pesat ini perusahaan seharusnya dapat membuat sebuah strategi pemasaran yang efektif. Dalam sebuah usaha penerapan strategi pemasaran yang efektif sangatlah penting agar dapat menciptakan yang terbaik sehingga diminati oleh konsumen.

Begitu juga dengan transportasi, seiring dengan perkembangan zaman yang semakin pesat, sarana transportasi muncul menjadi kebutuhan yang tidak lepas dari kehidupan manusia sejak dulu. Hal ini disebabkan karena manusia sebagai makhluk yang mempunyai mobilitas diberbagai tempat. Tidak heran jika manusia selalu membutuhkan sarana transportasi.

Usaha travel khususnya pada bidang *shuttle* merupakan salah satu industri potensial yang ada di Indonesia dan salah satunya perusahaan yang menyediakan layanan jasa *shuttle* meningkatkan perekonomian di negara ini, maka dari itu perusahaan *shuttle* sangat butuh pengembangan agar dapat bersaing dengan perusahaan lainnya baik domestik maupun regional. Pertumbuhan dan pengembangan sektor travel pada bidang *shuttle* berperan dalam suatu indikator pembangunan, khususnya bagi negara yang memiliki penghasilan rendah. Perananan bisnis tersebut menjelaskan bahwa sektor bisnis *shuttle* sangat perlu dikembangkan termasuk pada bagian strategi pemasaran, daftar *shuttle travel* tujuan yang sama di Kota Bandung dapat dilihat pada Tabel I.1.

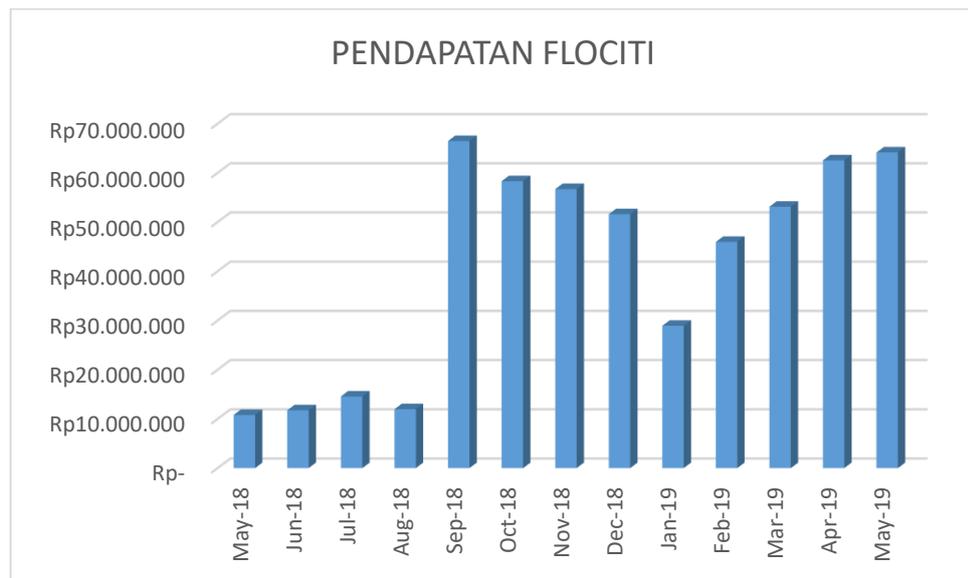
Tabel I.1 Daftar *Shuttle Travel* Bandung-Jatinangor di Kota Bandung

No	Nama Travel	Tujuan
1	Arnes	Bandung-Jatinangor
2	Geulis Indonesia Travel	Bandung-Jatinangor
3	Padjajaran Trans Shuttle	Bandung-Jatinangor
4	Pasteur Trans	Bandung-Jatinangor
5	Flocity	Bandung-Jatinangor
6	Tiyasa Trans	Bandung-Jatinangor

Perusahaan travel *shuttle* Flociti merupakan salah satu perusahaan travel pada bidang *shuttle* yang telah berdiri selama satu tahun yang berlokasi di Jl. Hasanudin No. 28, Kelurahan Lebakgede, Kecamatan Coblong, Kota Bandung, Jawa Barat 40132. Perusahaan Flociti menawarkan jasa biro perjalanan rute Bandung-Jatinangor dengan kebutuhan pasar yang mayoritasnya mahasiswa sekitar jatinangor dengan adanya beberapa kampus seperti Institut Teknologi Bandung (ITB), Institut Manajemen Koperasi Indonesia (IKOPIN), Institut Pemerintahan Dalam Negeri (IPDN), dan Universitas Padjajaran (UNPAD) namun masih saja banyak orang yang belum mengetahui Flociti ini dikarenakan strategi pemasaran dari perusahaan ini terbilang belum cukup baik. Jadi permasalahannya disini bagaimana cara mengenalkan dan membuat *shuttle* Flociti ini dapat bersaing dengan *travel* lainnya. Pada tabel I.1 jumlah perusahaan *travel* tujuan Bandung-Jatinangor berjumlah 5 perusahaan yang merupakan

kompetitor dari *shuttle* Flociti. Hal itu dapat menjadi suatu peluang maupun ancaman bagi perusahaan Flociti seperti contohnya akan menjadi ancaman apabila muncul pesaing dengan pelayanan sejenis yang memiliki substitusi sebagai pengganti *shuttle* maka dari itu *shuttle* Flociti dapat memanfaatkan peluang tersebut untuk menjadi penyedia jasa biro perjalanan liburan domestik. Seperti pada matrik SWOT peluang dan ancaman akan mempengaruhi lingkungan eksternal dari sebuah perusahaan.

Industri *travel shuttle* saat terkadang menghadapi situasi yang cukup sulit apabila waktu libur telah tiba dengan waktu akhir tahun dan pertengahan tahun menyebabkan pendapatan tidak stabil, dapat dilihat pada Gambar I.1 dan Tabel I.2.



Gambar I.1 Data Pendapatan Shuttle Flociti Mei 2018-Mei 2019

Tabel I.2 Data Pendapatan Shuttle Flociti Mei 2018-Mei 2019

No	Bulan	Tahun	Pendapatan	Keterangan
1	Mei	2018	Rp10.803.000	Masuk
2	Juni	2018	Rp11.750.000	Libur
3	Juli	2018	Rp14.560.000	Libur
4	Agustus	2018	Rp11.960.000	Libur
5	September	2018	Rp66.480.000	Masuk
6	Oktober	2018	Rp58.320.000	Masuk
7	November	2018	Rp56.722.000	Masuk
8	Desember	2018	Rp51.620.000	Masuk
9	Januari	2019	Rp28.920.000	Libur
10	Februari	2019	Rp45.980.000	Libur
11	Maret	2019	Rp53.120.000	Masuk
12	April	2019	Rp62.550.000	Masuk
13	Mei	2019	Rp64.157.000	Masuk

Berdasarkan pada Gambar I.1 dan Tabel I.2 dapat dilihat bahwa pendapatan *shuttle* Flociti fluktuatif karena pada bulan Mei tahun 2018 perusahaan pertama kali didirikan dan melakukan promosi dengan harga sebesar Rp. 13.000 hingga pertengahan bulan Mei, pada bulan Juni hingga Agustus pendapatan masih terbilang kecil karena sedang liburunya seluruh kampus di daerah Jatinangor. Pada bulan September hingga Desember pendapatan Flociti cukup tinggi karena sudah mulai masuk masa perkuliahan, mulai pendapatan menurun pada akhir bulan desember hingga pertengahan bulan Februari, pendapatan tinggi kembali pada akhir bulan Februari hingga bulan Mei karena sudah masuk agenda perkuliahan.

Persaingan pun telah menjadi kian ketat seiring dengan derasnya arus perdagangan bebas yang secara otomatis membuat kompetisi dating dari segala penjuru baik domestik, regional, maupun global (Kartajaya, 2017). *Shuttle Travel* merupakan biro perjalanan yang cukup banyak diminati oleh mahasiswa khususnya di daerah Jatinangor.

Menurut (Ramadhan, 2013) Perusahaan harus dapat memperhatikan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kelangsungan hidup perusahaan, baik itu faktor eksternal maupun faktor internal. Analisis yang dilakukan untuk menghadapi lingkungan eksternal dapat dilakukan dengan mengetahui apa yang akan menjadi ancaman (*Threats*) dan apa yang akan menjadi peluang (*Opportunities*) bagi perusahaan. Setelah mengetahui faktor lingkungan eksternal tidak lupa juga perusahaan

harus melakukan analisis lingkungan internal untuk mengetahui kekuatan (*Strengths*) dan kelemahan (*Weakness*) yang dimiliki perusahaan. Analisis SWOT merupakan bagian dari strategi manajemen yang bertujuan mencapai visi dan misi perusahaan (Pearce, 2013) . Setelah pendekatan dengan matrix SWOT akan dilakukan pemilihan strategi pemasaran yang paling sesuai untuk *Shuttle Travel Flociti* dengan matrix QSPM. Berdasarkan penjelasan tersebut analisis strategi pemasaran akan menggunakan pendekatan SWOT dan keputusan strategi pemasaran akan menggunakan Matrix QSPM yang akan diterapkan pada *Shuttle Travel Flociti*.

I.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan dan kondisi yang telah diuraikan pada latar belakang di *Shuttle Travel Flociti* mempunyai masalah yang dibutuhkan dilakukan perencanaan strategi yang tepat, berikut merupakan rumusan masalah :

1. Faktor lingkungan internal dan eksternal apa saja yang mempengaruhi *Shuttle Travel Flociti* ?
2. Alternatif strategi apa saja yang dapat dipilih oleh *Shuttle Travel Flociti* ?
3. Strategi pemasaran manakah yang harus di utamakan oleh *Shuttle Travel Flociti* ?

I.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah ditentukan untuk penelitian, maka dapat menghasilkan tujuan penelitian yaitu :

1. Mengidentifikasi Faktor lingkungan internal dan eksternal apa saja yang mempengaruhi *Shuttle Travel Flociti*
2. Merumuskan alternatif strategi apa saja yang dapat dipilih oleh *Shuttle Travel Flociti*
3. Menentukan prioritas strategi pemasaran manakah yang harus di utamakan oleh *Shuttle Travel Flociti*

I.4 Batasan Penelitian

Batasan dari penelitian ini adalah :

1. Mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang berpengaruh terhadap strategi *Shuttle Travel Flociti*
2. Menentukan alternatif sebagai pemasaran yang didapatkan berdasarkan hasil analisis

3. Mengambil keputusan dari alternatif strategi yang ada untuk di prioritaskan oleh *Shuttle Travel Flociti*
4. Penelitian yang dilakukan hanya sampai tahapan usulan
5. Data penelitian yang digunakan pada periode Mei 2018- Mei 2019

I.5 Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Peneliti mendapatkan pengalaman secara langsung dan menambah pengetahuan mengenai masalah pada strategi pemasaran.

2. Bagi Perusahaan

Perusahaan dapat mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi lingkungan internal dan eksternal perusahaan dan strategi yang tepat untuk meningkatkan pemasaran sehingga tidak kalah dalam daya saing dengan perusahaan lain.

I.6 Sistematika Penulisan

Bab I Pendahuluan

Pada bab ini berisi uraian mengenai latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, batasan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka yang dimaksudkan untuk mengemukakan teori yang dapat dipakai untuk pemecahan masalah. Dalam hal ini memuat teori yang berkaitan dengan pemasaran dan QSPM

Bab III Metodologi Penelitian

Pada bab ini memuat metoologi penelitian yang digunakan untuk melakukan analisis menggunakan data yang dikaji, cara penilaian agar mendapatkan hasil yang meliputi metode pengumpulan data dan alat analisis.

Bab IV Pengolahan Data

Pada bab ini berisikan data yang dapat menunjang penelitian dan data tersebut akan diolah sesuai dengan metode yang telah dikonsepskan pada bab sebelumnya. Selanjutnya data yang telah diolah tadi akan dianalisis untuk mendapatkan suatu solusi perbaikan.

Bab V Analisis

Pada bab ini akan dilakukan analisis terhadap hasil dari pengolahan data dan usulan perbaikan pada bab sebelumnya.

Bab VI Kesimpulan dan Saran

Pada bab ini dijelaskan mengenai kesimpulan dari hasil penelitian serta saran bagi perusahaan sebagai solusi perbaikan dan bagi penelitian selanjutnya agar menjadi masukan di masa yang akan datang.