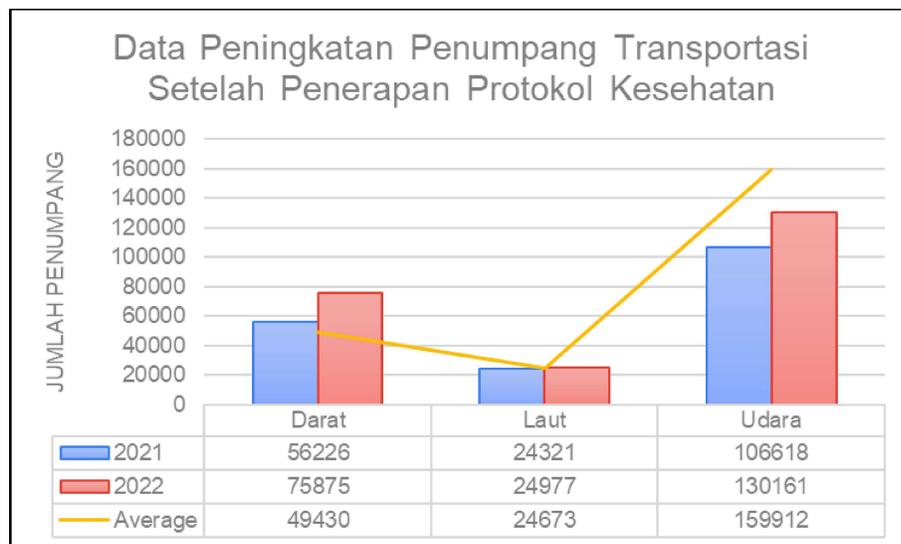


BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Transportasi adalah pemindahan manusia atau barang dari satu tempat ke tempat lainnya dengan menggunakan sebuah kendaraan yang digerakkan oleh manusia atau mesin (Data Sementara Pergerakan Penumpang Angkutan Umum, 2022). Transportasi dibagi menjadi tiga segmen yaitu transportasi darat, transportasi laut, dan transportasi udara. Setiap segmen memiliki keunggulan masing-masing dalam segi keuntungan menggunakan transportasi tersebut, beberapa di antaranya adalah waktu tempuh, kecepatan tempuh, dan kenyamanan dalam menggunakan transportasi tersebut (Data Sementara Pergerakan Penumpang Angkutan Umum, 2022).

Dengan menggunakan data peningkatan jumlah penumpang transportasi setelah penerapan protokol kesehatan dari Posko *Monitoring* Penyelenggaraan Transportasi, ditemukan peningkatan dan penurunan dari rata-rata penumpang per hari sebelum penerapan protokol kesehatan.



Gambar I.1 Data Peningkatan Jumlah Penumpang Transportasi Umum
Sumber: (Posko *Monitoring* Penyelenggaraan Transportasi, 2021-2022)

Setelah penerapan protokol kesehatan pada tanggal 17 Desember 2021 dalam upaya pencegahan penyebaran virus Covid-19, transportasi umum darat mengalami peningkatan penumpang sebesar 39,8% (Sumber: Posko *Monitoring* Penyelenggaraan Transportasi) dari rata-rata penumpang setiap harinya dan 34,9% (Sumber: Posko *Monitoring* Penyelenggaraan Transportasi) dari tahun sebelumnya. Segmen transportasi umum darat mengalami peningkatan terbesar dibandingkan segmen transportasi yang lain seperti laut dan udara.

Dengan menggunakan peningkatan persentase jumlah penumpang transportasi umum darat dari Posko *Monitoring* Penyelenggaraan Transportasi, perusahaan yang bergerak di bidang jasa transportasi darat dapat memanfaatkan peningkatan ini dengan meningkatkan kualitas pelayanan dan strategi pemasaran yang digunakan dalam rangka meningkatkan *revenue* perusahaan. Beberapa contoh perusahaan yang bergerak di bidang transportasi darat untuk perjalanan antar kota adalah Lintas *Shuttle*, Baraya Travel, Jackal Holiday, dan Citi Trans. Perusahaan-perusahaan ini memiliki jasa transportasi antar kota seperti perjalanan Jakarta-Bandung, pengiriman paket, kargo, dan perjalanan pariwisata.

Dengan Lintas *Shuttle*, Baraya Travel, Jackal Holiday, dan Citi Trans memiliki kemiripan dalam pelayanan yang diberikan, tugas akhir ini memerlukan data terkait popularitas di antara perusahaan dengan melakukan survei yang dapat memberikan urutan popularitas di antara perusahaan. Survei dilakukan untuk menemukan perbedaan terhadap perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang yang sama untuk menemukan karakteristik perbedaan dari masing-masing perusahaan. Survei dilakukan di lingkungan sekitar pengerjaan tugas akhir yang kemudian akan disaring menggunakan beberapa kriteria di antaranya dengan jumlah responden sebanyak 300:

- Rentang penggunaan Baraya Travel dalam satu bulan terakhir
- Mengetahui layanan Baraya Travel
- Pernah menggunakan layanan Baraya Travel



Gambar I.2 Data Popularitas Perusahaan Jasa Transportasi antar Kota
 Sumber: (Survei Kuesioner Jasa Transportasi antar Kota, Jan 2022)

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan terhadap 300 responden untuk mendapatkan urutan popularitas di antara perusahaan, Jackal Holiday menjadi perusahaan jasa transportasi antar kota yang paling populer dan Baraya Travel adalah perusahaan terakhir yang diketahui oleh responden berdasarkan tingkat popularitasnya sebagai perusahaan yang bergerak di bidang jasa transportasi antar kota seperti pada Gambar I.2.

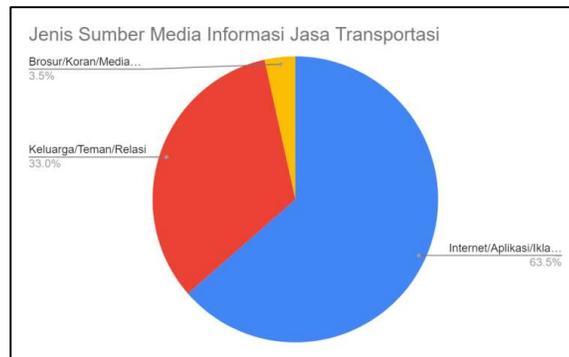
Untuk mengetahui apa yang menjadi pertimbangan penumpang dalam memilih perusahaan yang tepat untuk menggunakan pelayanan yang ditawarkan, perlu dilakukan survei untuk mengumpulkan pertimbangan penumpang sebelum memilih perusahaan jasa transportasi antar kota yang tepat.



Gambar I.3 Data Pertimbangan Penumpang
 Sumber: (Survei Kuesioner Jasa Transportasi antar Kota, Jan 2022)

Gambar I.3 menjelaskan bahwa terdapat lima pertimbangan penting untuk penumpang (300 responden) untuk memilih perusahaan jasa transportasi yaitu keamanan, harga yang bersaing, tempat dan fasilitas, penawaran lebih, dan pengalaman sumber daya manusia. Berdasarkan Gambar I.3, keamanan dan penawaran lebih menjadi pertimbangan terpenting penumpang dalam memilih jasa transportasi antar kota dengan nilai 26% (Survei Pertimbangan Penting Penumpang) dan diikuti pertimbangan lainnya seperti pengalaman sumber daya manusia sebesar 18% (Survei Pertimbangan Penting Penumpang), harga yang bersaing dan tempat dan fasilitas sebesar 16% (Survei Pertimbangan Penting Penumpang).

Dengan data popularitas dan pertimbangan penumpang dalam memilih perusahaan jasa transportasi antar kota, penumpang juga dapat menemukan informasi-informasi terkait pelayanan yang dapat diberikan oleh perusahaan dengan mengakses beberapa sumber informasi yang tersedia di lingkungan penumpang.



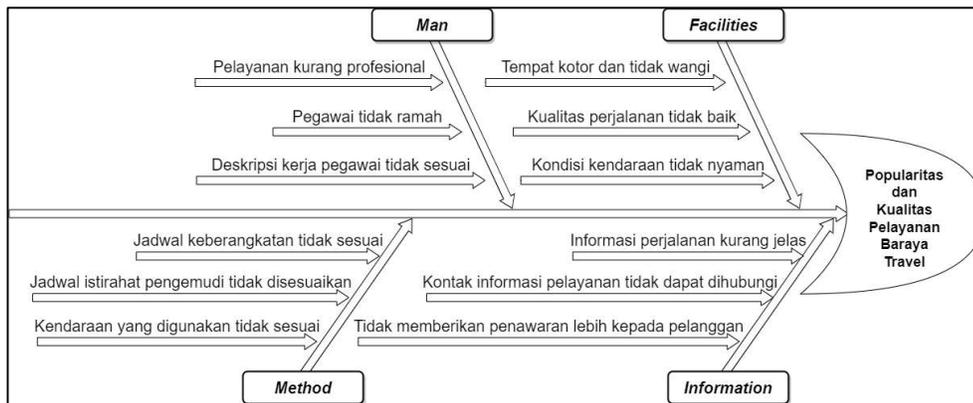
Gambar I.4 Media Informasi Jasa Transportasi

Sumber: (Survei Kuesioner Jasa Transportasi antar Kota, Jan 2022)

Pada Gambar I.4, jenis media informasi yang paling sering digunakan pelanggan untuk menemukan informasi terkait jasa transportasi antar kota adalah media digital (internet, aplikasi, dan iklan digital) sebesar 65%, *word of mouth* (keluarga, teman, dan relasi) merupakan jenis media informasi kedua sebesar 31%, dan terakhir media konvensional (brosur, koran, media massa, dan tv lokal) adalah jenis media informasi yang paling kecil untuk digunakan sebesar 4%.

Berdasarkan kesimpulan pada Gambar I.3 dan Gambar I.4, perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa transportasi antar kota perlu memperhatikan pertimbangan pelanggan dalam memilih jasa dan jenis media informasi yang digunakan perusahaan dalam rangka meningkatkan popularitas perusahaan-perusahaan ini untuk tetap dapat bersaing dengan lainnya. Setelah menemukan pertimbangan pelanggan dan jenis informasi yang sering digunakan pelanggan untuk memilih jasa transportasi, perusahaan yang bergerak di bidang jasa transportasi dapat melakukan peningkatan atau perbaikan terhadap aspek-aspek yang berkaitan dengan pertimbangan maupun jenis informasi yang digunakan.

Berhubungan dengan aspek-aspek yang berkaitan dengan pertimbangan maupun jenis informasi yang digunakan, perusahaan dapat mengumpulkan *feedback* yang diberikan pelanggan setelah menggunakan jasa yang diberikan dari perusahaan. Dengan menggunakan *google reviews* dari halaman *website* dari *Google* dari setiap perusahaan, perusahaan dapat mengumpulkan berbagai *feedback* terkait penilaian aspek-aspek kualitas pelayanan yang diberikan.



Gambar I.5 *Fishbone Diagram* Permasalahan Baraya Travel

Dengan menggunakan hasil rekapitulasi *feedback* dari *google reviews*, pengerjaan tugas akhir juga memetakan permasalahan menjadi *fishbone diagram* seperti pada Gambar I.5. Setelah permasalahan dikumpulkan, permasalahan dapat dikategorikan menjadi permasalahan *man, facilities, method, dan information*.

Beberapa permasalahan seperti kualitas berkendara yang tidak nyaman, kondisi kendaraan tidak nyaman, serta penawaran lebih yang diberikan secara langsung dapat diatasi dengan memiliki *standard operating procedure (SOP)* yang dijalankan oleh perusahaan secara konsisten dan strategi pemasaran digital yang tepat untuk menjalin *customer relationship* dengan pelanggan sehingga dapat mempertahankan hubungan dengan pelanggan dengan baik.

I.2 Alternatif Solusi

Dalam rangka meningkatkan popularitas Baraya Travel, Baraya Travel perlu melakukan peninjauan terhadap kegiatan pemasaran yang dilakukan untuk mempertahankan serta menjalin hubungan baru dengan pelanggan. Sebelum melakukan peninjauan terhadap kegiatan pemasaran yang dimiliki, Baraya Travel juga perlu meningkatkan aspek-aspek yang berkaitan dengan pertimbangan penting pelanggan dalam memilih jasa transportasi antar kota dengan memperbaiki sesuai potensi solusi yang ada pada setiap permasalahan.

Tabel I.1 Alternatif dan Potensi Solusi Permasalahan

No	Faktor	Akar Masalah	Potensi Solusi
1	<i>Man</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Pelayanan kurang profesional • Pegawai tidak ramah • Deskripsi kerja pegawai tidak sesuai 	<ul style="list-style-type: none"> • Mengevaluasi sistem rekrutmen yang digunakan dan memberikan pelatihan terhadap SOP yang digunakan perusahaan kepada SDM

Tabel I.1 Alternatif dan Potensi Solusi Permasalahan (Lanjutan)

No	Faktor	Akar Masalah	Potensi Solusi
2	<i>Facilities</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Tempat kotor dan tidak wangi • Kualitas perjalanan tidak baik • Kondisi kendaraan tidak nyaman 	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat SOP untuk perawatan tempat <i>shuttle</i> • Membuat SOP untuk proses keberangkatan dan proses pemeliharaan transportasi dalam rangka menjaga kualitas berkendara
3	<i>Method</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Jadwal keberangkatan tidak sesuai • Jadwal istirahat pengemudi tidak disesuaikan dengan jadwal keberangkatan • Kendaraan yang digunakan tidak sesuai pesanan 	<ul style="list-style-type: none"> • Memastikan KPI setiap prosedur dipantau dan diawasi dengan baik oleh manajer operasional atau pegawai yang sesuai dengan deskripsi tugasnya
4	<i>Information</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Informasi pelayanan kurang jelas • Kontak informasi pelayanan tidak dapat dihubungi • Tidak memberikan penawaran lebih kepada pelanggan 	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat proses bisnis untuk pemasaran digital yang dapat membantu perusahaan untuk mempertahankan pelanggan lama maupun mendapatkan pelanggan baru.

Pada Tabel I.1, pengerjaan tugas akhir menggunakan potensi solusi sebagai landasan mengapa perusahaan perlu melakukan perbaikan atau peninjauan terhadap SOP yang digunakan dan kegiatan pemasaran digital yang digunakan.

Dengan membuat perancangan proses bisnis yang dikhususkan untuk SOP dan kegiatan pemasaran digital, diharapkan dapat membantu perusahaan untuk memulihkan atau meningkatkan popularitas Baraya Travel untuk dapat bersaing dengan perusahaan jasa transportasi antar kota lainnya.

I.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan permasalahan untuk tugas akhir ini adalah “Bagaimana rancangan proses bisnis untuk SOP dan pemasaran digital dapat meningkatkan popularitas Baraya Travel?”.

I.4 Tujuan Tugas Akhir

Tugas akhir ini bertujuan untuk merancang proses bisnis untuk SOP dan kegiatan pemasaran digital dalam rangka meningkatkan kualitas pelayanan sehingga popularitas Baraya Travel bisa meningkat.

I.5 Manfaat Tugas Akhir

Manfaat tugas akhir ini adalah untuk meningkatkan popularitas Baraya Travel dengan membuat usulan perbaikan proses bisnis untuk SOP dan kegiatan pemasaran digital.

I.6 Sistematika Penelitian

Tugas akhir ini diuraikan dengan sistematika penelitian sebagai berikut:

Bab	Judul Bab
------------	------------------

Bab I	Pendahuluan
--------------	--------------------

Bab ini menjelaskan latar belakang dan data pendukung untuk permasalahan yang sedang dihadapi oleh Baraya Travel Buah Batu. Dengan menggunakan *fishbone diagram*, tugas akhir dapat dikerjakan dengan menentukan aspek yang perlu ditingkatkan dalam rangka meningkatkan pertimbangan pelanggan untuk memilih Baraya Travel sebagai jasa transportasi antar kota andalan.

Bab ini juga membahas perumusan masalah terhadap alternatif solusi serta potensi solusi yang dapat diberikan dari hasil tugas akhir dengan menciptakan proses bisnis yang berisikan SOP dan kegiatan pemasaran digital dengan batasan tugas akhir sehingga dapat bermanfaat untuk perusahaan.

Bab II Landasan Teori

Bab ini menjelaskan teori atau konsep umum yang berkaitan dengan permasalahan pada Baraya Travel Buah Batu. Beberapa permasalahan di antaranya adalah pelaksanaan SOP dan kegiatan pemasaran yang dilaksanakan. Dengan menggunakan pemahaman materi Analisis Perancangan Sistem Informasi (APSI), *Knowledge Management* (KM), dan Manajemen Pemasaran yang ditambah dengan data pendukung seperti *feedback* dari *google review*.

Bab III Metodologi Perancangan

Bab ini menjelaskan setiap tahap dari sistematika pengerjaan untuk rancangan usulan yang akan digunakan untuk menyelesaikan permasalahan pada Baraya Travel Buah Batu dengan metode SECI dan AHP.

Bab IV Perancangan Sistem Terintegrasi

Bab ini menjelaskan perancangan untuk usulan SOP dan kegiatan pemasaran untuk mengatasi aspek kualitas pelayanan yang telah dipilih untuk meningkatkan popularitas Baraya Travel. Setelah menentukan spesifikasi untuk proses perancangan usulan SOP dan kegiatan pemasaran, metode SECI dan AHP digunakan untuk membuat dan memastikan setiap prosedur dari usulan SOP dan kegiatan pemasaran dapat dijalankan dengan baik.

Bab V Validasi dan Evaluasi Hasil Rancangan

Bab ini membahas mengenai hasil rancangan, analisis dan pengolahan data. Selain itu bab ini juga berisi tentang validasi atau verifikasi hasil dari solusi, sehingga hasil tersebut apakah telah benar-benar menyelesaikan masalah dengan menggunakan SECI dan AHP.

Bab VI Kesimpulan dan Saran

Pada bab ini dijelaskan kesimpulan dari penyelesaian masalah yang dilakukan serta jawaban dari rumusan permasalahan yang ada pada bagian pendahuluan. Saran dari solusi dikemukakan pada bab ini untuk tugas akhir selanjutnya.