

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

CV. Renata Citra Mandiri Tour Travel merupakan perusahaan jasa transportasi yang berdiri tahun 2006. Dimana perusahaan tersebut menawarkan jasa Tour Travel pariwisata antar (kota, provinsi, negara), *event organizer*, akomodasi, angkutan barang, transportasi (mobil, minibus, bus), dll. Dengan adanya strategi *marketing mix* diharapkan mempermudah pihak pemasaran CV. Renata Citra Mandiri Tour Travel dalam memasarkan jasanya tersebut.

CV. Renata Citra Mandiri merupakan salah satu perusahaan yang berkembang dengan inovasi dan kreatifitasnya dalam melayani konsumen serta mampu memberikan pelayanan maksimal. Renata dikenal melalui pelayanan cepat dan ramah, didukung dengan promosi yang disegala media, memiliki komitmen dalam pelayanan, harga serta fasilitas kepada semua konsumen.

Perkembangan dunia bisnis meningkat sangat pesat terutama pada sektor jasa. Perkembangan ini disebabkan oleh meningkatnya permintaan akan sektor jasa. Salah satu sektor jasa yang mengalami perkembangan adalah jasa transportasi.

Persaingan merupakan faktor yang paling penting untuk diperhatikan dalam menjalankan usaha bisnis yang produktif. Menyadari akan pentingnya persaingan transportasi khususnya transportasi darat, maka perlu diperhatikan strategi

pemasaran transportasi Tour Travel dalam mencapai kebutuhan, keinginan, dan produk harus mampu memposisikan diri dengan pasar. Sehingga usaha transportasi, bukan hanya gerakan barang dan orang dari suatu tempat ke tempat yang lain dengan cara kondisi yang statis tanpa perubahan, tetapi transportasi selalu diusahakan perbaikan dan kemajuannya sesuai perkembangan peradaban serta teknologi (Kamaluddin, 2003:13-14).

Menurut Kotler dan Keller (2008:4) Bauran pemasaran merupakan unsur dalam pemasaran yang saling berhubungan dan digunakan oleh perusahaan dalam mencapai tujuan pemasaran yang efektif baik dalam memuaskan kebutuhan maupun keinginan konsumen. Pemasaran jasa dikatakan sebagai salah satu bentuk produk yang berarti setiap tindakan atau perbuatan yang ditawarkan dari satu pihak ke pihak lainnya dan bersifat tidak berwujud. Sedangkan alat pemasaran tersebut dikenal dengan istilah “4P” yang dipakai sangat tepat untuk pemasaran jasa.

Menurut Pengamat *Marketing and Service Quality* Djoko Kurniawan, sebaiknya pelaku bisnis Tour Travel melakukan standarisasi layanan yang cepat dan akurat. Djoko menitikberatkan dua hal karena keduanya merupakan esensi dari *service excellence*. Standarisasi yang dilakukan pengusaha meliputi semua lini, seperti standard penampilan, *gesture* dan *posture*, *body language* serta bahasa yang digunakan dalam berkomunikasi harus diperhatikan ketika berhadapan dengan customer. “Dan harus memiliki *Standard Operating Procedure* (SOP) mulai dari salam (*greeting*), etika bertelepon, *handling complaint*, *service recovery* (<http://tabloidbo.com/?p=1460>. 17 Januari 2014).

Industri pariwisata sangat berperan penting dalam masyarakat karena dapat memberikan peluang pekerjaan bagi masyarakat sekitar obyek wisata dan merangsang aktivitas lainnya menjadi berkembang. Meningkatnya wisatawan melakukan perjalanan wisata akan memberikan dampak positif bagi negara untuk menambah devisa dan memberikan peluang kepada perusahaan biro perjalanan untuk menggunakan jasanya. Strategi pemasaran digunakan untuk menarik konsumen agar menggunakan produk yang dimiliki biro perjalanan, dengan pemasaran para konsumen lebih mengerti tentang informasi suatu perjalanan dan obyek wisata yang akan di kunjungi. Pemasaran yang dilakukan sebuah biro perjalanan juga sebagai sarana untuk mempromosikan sebuah obyek wisata untuk di kunjungi.

Biro perjalanan wisata hanya sebagai penggerak dalam perkembangan dunia pariwisata dan tugas marketing biro perjalanan yaitu menarik wisatawan untuk berwisata mengunjungi suatu daerah dan memberikan kesan nyaman, aman, bertanggungjawab atas keselamatan konsumen saat melakukan sebuah perjalanan wisata. Biro perjalanan wisata CV. Renata Citra Mandiri Tour Travel memiliki sistem pemasaran yaitu dengan cara advertising, sales promotion, dan bukan hanya mementingkan profit tetapi juga pelayanan, kenyamanan, kepuasan, keamanan pada wisatawan.

Dalam menghadapi persaingan, pihak perusahaan CV. Renata Citra Mandiri Tour Travel menerapkan manajemen pemasaran yang memahami bahwa melalui manajemen yang kuat akan mudah memenangkan persaingan dalam merebut daya saing. Manajemen yang diterapkan dalam rangka meningkatkan daya saing dalam

memilih biro perjalanan CV. Renata Citra Mandiri Tour Travel. Melalui strategi pemasaran, maka dapat ditentukan segmen pasar dalam mencapai target pasar, memerlukan promosi pemasaran yang lancar dan tersebar.

Pihak perusahaan menerapkan strategi pemasaran yang terdiri atas strategi segmentasi, target dan posisi pasar dalam rangka memudahkan konsumen memilih produk sesuai dengan keinginannya. Penerapan manajemen pemasaran menjadi kunci penting keberhasilan sebuah perusahaan dalam meraih daya saing. Chandler menyatakan bahwa keberhasilan suatu organisasi dalam memenangkan persaingan ditentukan oleh manajemen.

Manajemen adalah upaya yang dimiliki individu dengan unsur-unsur dan ada dalam organisasi untuk memiliki keterampilan serta memanfaatkan sumber daya sesuai dengan kondisi lingkungan kerja. Kotler (2009:24) menyatakan bahwa strategi pemasaran merupakan solusi untuk menangani aktivitas yang berkaitan dengan produk dan jasa. Strategi pemasaran dilakukan oleh CV. Renata Citra Mandiri di Semarang sebagai solusi untuk mengatasi permasalahan dalam meraih daya saing pada pemasaran Tour Travel melalui strategi pemasaran dengan menggunakan konsep strategi *marketing mix*.

Konsep ini digunakan untuk menerapkan strategi pemasaran dalam memenangkan persaingan pasar. CV. Renata Citra Mandiri mampu mengembangkan visi, misi dan tujuannya dalam rangka meningkatkan daya saing. Pihak pimpinan manajemen bersama dengan karyawan berupaya menerapkan strategi pemasaran sebagai strategi inti atau strategi kunci untuk meningkatkan daya saing demi kepuasan pelanggan.

Daya saing menurut Lukas & Ferrell (2008:41) didefinisikan sebagai proses dari menghasilkan dan memberikan informasi pasar untuk tujuan menciptakan superior value bagi konsumen. Sedangkan menurut Narver dan Slater (2010:29) daya saing adalah suatu konsep orientasi yang berfokus pada penciptaan nilai yang tinggi bagi konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penerapan strategi *Marketing Mix* dan dampaknya terhadap CV. Renata Citra Mandiri Tour Travel Semarang Jawa Tengah dengan menggunakan penelitian jenis kualitatif dengan pendekatan deskriptif melalui wawancara terhadap direktur/*owner*, manajer pemasaran, dan konsumen seputar strategi *marketing mix*.

Berdasarkan uraian di atas, saya ajukan penelitian berjudul “STRATEGI MARKETING MIX TERHADAP BIRO JASA TRANSPORTASI TOUR TRAVEL CV. RENATA CITRA MANDIRI SEMARANG UNTUK MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN”

1.2 Perumusan Masalah

Perumusan masalah dari penelitian ini ialah untuk mengetahui bagaimana strategi marketing mix yang telah dilakukan dan paling mempengaruhi kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi CV. Renata Citra Mandiri Tour Travel. Perumusan pada penelitian ini adalah :

1. Bagaimana Produk (*product*) berpengaruh terhadap peningkatan Kepuasan Pelanggan di CV. Renata Citra Mandiri Tour Travel Semarang?

2. Bagaimana Harga (*price*) berpengaruh terhadap peningkatan Kepuasan Pelanggan di CV. Renata Citra Mandiri Tour Travel Semarang?
3. Bagaimana Tempat (*place*) berpengaruh terhadap peningkatan Kepuasan Pelanggan di CV. Renata Citra Mandiri Tour Travel Semarang?
4. Bagaimana Promosi (*promotion*) berpengaruh terhadap peningkatan Kepuasan Pelanggan di CV. Renata Citra Mandiri Tour Travel Semarang?
5. Bagaimana Produk, Harga, Tempat, dan Promosi secara bersama-sama berpengaruh terhadap peningkatan Kepuasan Pelanggan di CV. Renata Citra Mandiri Tour Travel Semarang?

1.3 Tujuan

Tujuan dari penelitian terhadap CV. Renata Citra Mandiri Tour Travel Semarang ini adalah :

1. Menganalisis variable-variabel Produk, Harga, Tempat dan Promosi yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan pada biro jasa transportasi Tour Travel yang dilakukan CV. Renata Citra Mandiri Tour Travel Semarang.
2. Seberapa besar variable independen berpengaruh terhadap tingkat Kepuasan Pelanggan pada CV. Renata Citra Mandiri Tour Travel Semarang.

1.4 Kegunaan Penelitian

Adapun penelitian ini dapat diharapkan memberikan manfaat bagi pihak-pihak terkait sebagai berikut :

1. Bagi peneliti, hasil penelitian ini merupakan suatu pengalaman dan pengetahuan sekaligus dapat digunakan sebagai pembanding antara teori yang diberikan saat perkuliahan dan penerapan yang sesungguhnya.
2. Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan positif bagi perusahaan jasa biro perjalanan guna menentukan kebijakan yang lebih baik, khususnya berkaitan dengan strategi pemasaran.
3. Bagi akademisi, penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai kajian penelitian berikutnya, sehingga dapat memperkaya khasanah penelitian dikonsentrasi manajemen strategi pemasaran.

1.5 Sistematika Penulisan

Secara garis besar pembahasan dalam skripsi ini dibagi atas lima bab, yang kemudian dibagi lagi menjadi beberapa sub bab. Secara sistematis penulisannya sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini penulis akan membahas dan menguraikan mengenai latar belakang masalah, tujuan penulisan, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini penulis akan menguraikan hasil kajian pustaka (penelusuran literatur) yang telah dilakukan. Sumber-sumber literatur harus relevan dengan permasalahan penelitian yang disajikan. Hasil kajian pustaka berupa landasan teori dan bahasan

hasil penelitian sebelumnya yang sejenis, apabila dimungkinkan dapat pula dikemukakan kerangka pemikiran dan hipotesis. Penjabaran teori dan argumentasi yang disusun sendiri oleh penyusun sendiri sebagai tuntunan dalam memecahkan masalah penelitian. Selain itu, dijelaskan tentang obyek yang diteliti oleh peneliti terdahulu, model yang digunakan serta hasil penelitiannya yang dianggap belum terjawab atau kurang memuaskan.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini penulis akan menguraikan tentang metode penelitian yaitu : penjelasan mengenai data yang digunakan, sumber data, cara pengumpulan data, cara pengolahan data, metode analisis yang digunakan, serta cara melakukan pengambilan kesimpulannya.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini merupakan bagian yang sangat penting dari keseluruhan karya ilmiah. Hasil penelitian atau pengamatan disajikan menurut topik dan sub topik secara berurutan. Penyajian hasil dapat dilakukan dalam bentuk uraian yang digabung dengan table, gambar atau grafik.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi uraian mengenai kesimpulan hasil penelitian dan saran-saran yang diajukan.