

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini akan menjelaskan mengenai latar belakang mengapa permasalahan ini diangkat, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, pembatasan masalah, dan manfaat penelitian yang dilakukan.

1.1 Latar Belakang

Transportasi merupakan bidang kegiatan yang sangat penting dalam kehidupan masyarakat Indonesia. Pentingnya transportasi bagi masyarakat Indonesia disebabkan oleh beberapa faktor antara lain, keadaan geografis Indonesia yang terdiri dari ribuan pulau kecil dan besar, perairan yang terdiri dari sebagian besar laut, sungai, dan danau yang memungkinkan pengangkutan dilakukan melalui darat, laut, dan udara guna menjangkau seluruh wilayah Indonesia. Angkutan memiliki peranan dalam proses distribusi barang, jasa, dan tenaga kerja, dan menjadi inti dari pergerakan ekonomi kota. Ada berbagai bentuk moda angkutan umum dengan karakteristik dan tingkat pelayanan yang diberikan, dimana hal ini mewarnai perkembangan system angkutan umum kota. Pada dasarnya angkutan umum berorientasi kepada kenyamanan dan keamanan sehingga dapat bersaing dengan pengguna angkutan pribadi sebagai solusi alternatif sarana transportasi.

Transportasi umum darat terdiri dari kereta api, bus, taksi, ojek, mikrolet, bajaj, becak. Salah satu transportasi umum yang ada di Jakarta, Bogor, Tangerang, dan Bekasi (Jabotabek) adalah bus. Terdapat banyak bus yang beroperasi di Jabotabek, dapat dilihat pada Tabel 1.1. Banyaknya perusahaan bus yang beroperasi mengakibatkan adanya persaingan antar sesama perusahaan bus tersebut.

Tabel 1.1 Jumlah Armada P.O Tahun 2012

No	Nama Bus	Jumlah Armada
1	Mayasari bakti	300
2	Kopaja	1000
3	Damri	176
4	Trans Jakarta	524
5	Metro mini	3300
6	Primajasa	40

Sumber : Perum DAMRI 2012

Keberadaan Perum DAMRI dari tahun 1946 sampai sekarang, menyebabkan nama Perum DAMRI cukup dikenal oleh masyarakat. Perum DAMRI adalah perusahaan oto bus milik negara, sehingga dapat dikategorikan sebagai BUMN. Keadaan ini menjadi suatu kekuatan dari Perum DAMRI untuk bersaing dengan Perusahaan Otobus (PO) lainnya. Dalam kurun waktu 3 tahun terakhir jumlah penumpang bus DAMRI mengalami penurunan. Hal ini bertolak belakang dengan kondisi kompetitor, salah satunya adalah PO Primajasa. Data penurunan penumpang tersaji pada Tabel 1.2.

Tabel 1.2 Jumlah Konsumen Pertahun

Perusahaan	Unit Armada	JumlahPenumpang			
		2010	2011	2012	rata-rata
DAMRI	176	8.839.503	8.831.252	8.132.726	8.601.160,33
Primajasa	40	5.632.456	5.767.675	5.843.298	5.747.809,67

Sumber : Perum DAMRI 2012

Berdasarkan data pada Tabel 1.2 menunjukkan bahwa untuk Perum DAMRI memiliki 176 unit armada dan primajasa 40 unit armada. Sebagai contoh pada tahun 2010 DAMRI memiliki jumlah penumpang sejumlah 8.839.503 sedangkan Primajasa memiliki jumlah penumpang sebanyak 5.632.456 . Jika dilihat dari perbandingan kedua unit armada tersebut Perum DAMRI memilki 4 kali lebih banyak dibandingkan dengan PO Primajasa, namun demikian, jika ditinjau dari perbandingan jumlah armada dan jumlah penumpang antara DAMRI dan Primajasa terdapat ketimpangan yang cukup besar. Secara umum, setiap armada DAMRI hanya melayani kurang lebih 48.870 sedangkan Primajasa dapat melayani kurang lebih 143.695, untuk setiap armada. Keadaan ini harus ditindak lanjuti mengingat persaingan antar PO semakin meningkat. Konsumen lebih cerdas dalam memilih sarana transportasi umum, loyalitas yang semakin menurun akan mengancam keberlanjutan perusahaan. Penurunan jumlah penumpang ini perlu ditangani lebih lanjut melalui perumusan strategi unggulan yaitu dengan cara melalui peningkatan kinerja yang sesuai dengan kondisi saat ini, agar tidak kalah dalam bersaing dengan kompetitor.

Dalam penentuan strategi pemasaran setiap perusahaan senantiasa memperhatikan minat pasar terutama untuk memenuhi harapan dan keinginan konsumen, sehingga dengan adanya minat pasar akan dapat ditentukan strategi pengembangan produk maupun jasa yang sesuai laporan dari konsumen. Harapan konsumen tersebut akan

disaring menggunakan metode *Quality Function Deployment*. *Quality Function Deployment* (QFD) adalah metode terstruktur yang digunakan dalam proses perencanaan dan pengembangan produk untuk menetapkan spesifik kebutuhan dan keinginan konsumen, serta mengevaluasi secara sistematis capabilitas suatu produk atau jasa dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen (Cohen, 1995). Dengan menggunakan metode QFD, perusahaan dapat mengetahui harapan dan persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan, sehingga membuat pelanggan puas.

Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities dan Threats*) digunakan untuk menganalisis kondisi perusahaan berdasarkan *voice of customer* untuk menentukan strategi pemasaran perusahaan yang lebih baik dan sesuai. Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada hubungan atau interaksi antara unsur-unsur internal, yaitu kekuatan dan kelemahan, terhadap unsur-unsur eksternal yaitu peluang dan ancaman (Rangkuti, 2005).

Dengan menggabungkan kedua metode, maka dapat dilakukannya penelitian untuk mengamati, menganalisis keinginan, kebutuhan, dan harapan konsumen. Selain itu perlu juga dilakukan perancangan strategi unggulan bus yang tepat agar Perum DAMRI dapat memenangkan persaingan antar perusahaan-perusahaan bus di Jabotabek.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat diidentifikasi permasalahan sebagai berikut :

1. Menurunnya jumlah pengguna bus DAMRI dalam 3 tahun terakhir
2. Munculnya persaingan antar penyedia jasa bus di Jabotabek semakin ketat.

1.3 Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang diambil dalam penelitian ini adalah strategi unggulan apa saja yang dapat meningkatkan jumlah penumpang dan mengetahui harapan dari konsumen bus DAMRI dengan berbasis analisis SWOT dan QFD, sehingga mampu bersaing dengan perusahaan-perusahaan otobus lainnya di Jabotabek.

1.4 Batasan Masalah

Batasan-batasan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Obyek penelitian yang dianalisis adalah Perum DAMRI diwilayah Jabotabek.
2. Tidak membahas keuangan perusahaan
3. Perusahaan yang digunakan sebagai competitor dalam penelitian ini adalah P.O. Primajasa.

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi *voice of costumer* yang bisa diberikan kepada perusahaan untuk memenuhi persepsi dan harapan konsumen.
2. Mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan perusahaan dengan competitor menggunakan metode benchmarking
3. Identifikasi internal dan eksternal *key factor* yang dimiliki perusahaan dengan menggunakan analisis SWOT.
4. Memberikan usulan Perumusan strategi unggulan yang seharusnya diterapkan oleh perusahaan guna memenuhi kepuasan konsumen.

1.6 Manfaat Penelitian

Dari penulisan skripsi ini diharapkan mendapat manfaat sebagai berikut :

1. Perusahaan akan dapat mengetahui atribut-atribut yang diprioritaskan dan dipentingkan oleh konsumen yang akan diwujudkan guna meningkatkan kualitas pelayanan pada Perum DAMRI.
2. Dengan mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki oleh perusahaan.
3. Serta adanya solusi-solusi dari hasil penelitian yang nantinya dapat digunakan sebagai acuan dalam meningkatkan kualitas jasa transportasi.
4. Secara teoritis dapat menambah Pengetahuan dan bahan Pembelajaran tentang strategi pemasaran DAMRI.