

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Terjadinya pandemi Covid-19 memunculkan berbagai situasi dan kondisi yang baru dalam bisnis. Perubahan-perubahan dalam bisnis dilakukan oleh pemilik usaha untuk dapat beradaptasi dengan situasi pandemi Covid-19 terutama pada bisnis-bisnis yang terdampak langsung oleh adanya pandemi. Bisnis yang paling terdampak di Indonesia menurut Kementerian Perhubungan adalah bisnis transportasi dan pariwisata (Kinantya, 2021). Berdasarkan data dari Asosiasi Perusahaan Perjalanan Wisata (Asita), sejak tahun 2020, pendapatan dari usaha perjalanan antar kota mengalami penurunan hingga 85% dibandingkan dengan tahun 2019. Kemudian pada tahun 2021, ada peningkatan pendapatan sebanyak 20%. Namun pertumbuhan tersebut tidak dapat bertahan lama sebab pada periode selanjutnya ada larangan mudik yang diberlakukan yang membuat bisnis transportasi antar kota mengalami stagnasi dan kembali menurun pada pertengahan tahun 2021. Hal ini menyebabkan terjadinya penutupan sebanyak 30% perusahaan transportasi antar kota dari 6.800 anggota Asita, sementara 65% berkegiatan tanpa kantor dan pegawai serta hanya 5% yang mampu bertahan dengan jumlah karyawan yang terbatas (Mulyana, 2021).

Kondisi yang terjadi di lapangan tentunya membuat perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam bidang industri perjalanan antara kota untuk menjalankan strategi-strategi bisnis yang dapat membuatnya terhindar dari dampak negatif pandemi Covid-19, mempertahankan bisnisnya dan mampu

bersaing dengan kompetitornya. Salah satu pelaku usaha perjalanan adalah PT Kartika Jaya Kasih Karunia. PT Kartika Jaya Kasih Karunia merupakan bisnis berupa jasa antar jemput penumpang yang berdiri pertama kali pada tahun 1983. PT Kartika Jaya Kasih Karunia didirikan oleh Bapak Bambang Purwanto. Lokasi PT Kartika Jaya Kasih Karunia cukup strategis yaitu berada di jalan Pemuda no 38 Cepu, Blora, Jawa Tengah. Pada awalnya, PT Kartika Jaya Kasih Karunia hanya memiliki 1 armada mobil L300 untuk mengantarkan penumpang dari Cepu menuju Surabaya. Seiring berjalannya waktu, PT Kartika Jaya Kasih Karunia semakin mendapatkan kepercayaan dari masyarakat Cepu untuk mengantar jemput mereka ke tujuan yang diinginkan. Akhirnya, mulai pelan-pelan PT Kartika Jaya Kasih Karunia mengembangkan bisnis dengan menambahkan armada dengan tujuan agar dapat memenuhi kebutuhan penumpang per harinya. Hal tersebut juga ditujukan agar semakin meningkat omset penjualan tiket travel.

Pada awalnya, tujuan PT Kartika Jaya Kasih Karunia hanya dari Cepu menuju Surabaya, lama kelamaan semakin banyak masyarakat Cepu yang mulai membutuhkan jasa antar jemput untuk keluar kota lainnya. Dengan adanya hal tersebut Bapak Bambang selaku pimpinan PT Kartika Jaya Kasih Karunia mulai membuka jalur perjalanan baru yaitu dari Cepu menuju Semarang, Solo, dan Jogja. Hal tersebut dilakukan untuk mengembangkan usaha jasa antar jemput PT Kartika Jaya Kasih Karunia dan terutama untuk memenuhi keinginan serta kebutuhan penumpang. PT Kartika Jaya Kasih Karunia terus melebarkan sayapnya dengan menjalin kerjasama ke beberapa orang untuk menjadi agen PT Kartika Jaya Kasih Karunia. Agen-agen tersebut berada di beberapa daerah agar

semakin luas jangkauan untuk mendapatkan penumpang. Agen yang menjalin kerjasama akan mendapatkan komisi dari kantor pusat jika ada yang memesan lewat mereka, dengan begitu mereka akan mendapatkan keuntungan dari komisi tersebut. PT Kartika Jaya Kasih Karunia juga menyediakan jasa pengiriman paket, sehingga tidak hanya penumpang saja melainkan barang juga bisa. Selama kurang lebih 39 tahun berjalan, PT Kartika Jaya Kasih Karunia telah memiliki puluhan armada beserta pegawai serta sopir yang terdapat di beberapa daerah.

Tabel 1.1
Omset Rata-Rata Bulanan PT Kartika Jaya Kasih Karunia

Tahun	Cepu-Surabaya	Cepu-Semarang	Cepu-Yogyakarta
2019	25.000.000	43.000.000	38.000.000
2020	20.000.000	22.000.000	28.000.000
2021	8.000.000	5.000.000	6.000.000
2022 (Hingga Juni 2022)	16.000.000	12.500.000	11.000.000

Sumber: PT Kartika Jaya Kasih Karunia, 2022

Permasalahan yang dihadapi oleh PT Kartika Jaya Kasih Karunia adalah penurunan dari pendapatan travel yang menurun hingga 50% pada masa pandemi terutama di tahun 2020 dan 2021. Namun dalam periode tersebut, PT Kartika Jaya Kasih Karunia mencoba untuk bertahan, mempertahankan para karyawannya, dan tidak menjual asetnya yaitu mobil-mobilnya. Omset dari PT Kartika Jaya Kasih Karunia dari satu rute seperti Cepu-Surabaya adalah sebanyak rata-rata Rp 20.000.000 per bulan, sedangkan untuk pendapatan per bulan dari rute Cepu-Semarang maupun Blora-Semarang adalah sebesar Rp 22.000.000 per bulan serta pendapatan dari Cepu-Yogyakarta maupun Blora-Yogyakarta rata-rata adalah sebesar Rp 28.000.000 per bulan. Angka ini kemudian menurun menjadi rata-rata Cepu-Surabaya sebesar Rp 8.000.000 per bulan, sedangkan untuk pendapatan per

bulan dari rute Cepu-Semarang maupun Blora-Semarang adalah sebesar Rp 5.000.000 per bulan serta pendapatan dari Cepu-Yogyakarta maupun Blora-Yogyakarta rata-rata adalah sebesar Rp 6.000.000 per bulan. Pada akhir 2021 dan awal 2022, mulai ada perbaikan pendapatan Cepu-Surabayadengan rata-rata sebanyak Rp 16.000.000 per bulan, sedangkan untuk pendapatan per bulan dari rute Cepu-Semarang maupun Blora-Semarang adalah sebesar Rp 12.500.000 per bulan serta pendapatan dari Cepu-Yogyakarta maupun Blora- Yogyakarta rata-rata adalah sebesar Rp 11.000.000 per bulan. Hal ini menunjukkan bahwa walaupun sudah ada perbaikan dari omset PT Kartika Jaya Kasih Karunia, namun perusahaan masih belum bisa kembali ke level yang normal. Kondisi ini memberatkan bagi perusahaan karena beban gaji maupun biaya operasional yang semakin tinggi seperti harga BBM yang juga meningkat. Sementara dari sisi tiket, PT Kartika Jaya Kasih Karunia masih takut untuk menaikkan harga tiket lagi setelah mengalami kenaikan akibat pandemi dan peraturan PPKM sebab mengkhawatirkan jumlah penumpang berkurang.

Pandemi Covid-19 berdampak pada risiko yang dihadapi oleh penumpang travel ketika melakukan perjalanan darat karena ada risiko tertular dari penumpang lain terutama ketika penumpang tersebut tidak ketat dalam menjalankan protokol kesehatan (Rahman, Gazi, Bhuiyan, & Rahaman, 2021). Konsumen yang ingin bepergian dengan menggunakan kendaraan transportasi masal saat pandemi selalu memikirkan dan mempertimbangkan untuk bepergian dan hanya akan bepergian untuk keperluan yang penting saja (Abdullah, Dias, Muley, & Shahin, 2020). Sementara itu konsumen juga cenderung akan memilih

moda transportasi yang menurutnya aman agar dapat terhindar dari pandemi Covid-19 (Yang et al., 2020).

Adanya pandemi Covid-19 membuat terjadinya pergeseran persepsi maupun pandangan konsumen dalam menggunakan travel. Ada konsumen yang takut menggunakan travel karena harus berbagi tempat dengan penumpang lain yang tidak dikenalnya dan dapat menjadi carrier Covid-19. Ada juga penumpang yang takut karena persepsi keamanan dalam berkendara dalam travel. Kondisi tersebut membuat pihak travel perlu mengetahui persepsi dan keinginan dari konsumen travel terutama dalam kondisi menuju endemi Covid-19. Hal ini bertujuan untuk memperbaiki layanan travel PT Kartika Jaya Kasih Karunia sehingga dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Berdasarkan latar belakang, diketahui adanya kebutuhan dari PT Kartika Jaya Kasih Karunia untuk mengetahui persepsi dan keinginan dari konsumennya dalam masa pandemi Covid-19. Oleh karena itu, penelitian ini diberi judul **“PENINGKATAN KUALITAS LAYANAN BERBASIS ANALISIS SERVICE QUALITY PADA BIRO TRAVEL PT KARTIKA JAYA KASIH KARUNIA”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diketahui bahwa kondisi pandemi Covid-19 membawa penurunan omset yang cukup besar bagi PT Kartika Jaya Kasih Karunia. Dalam mempertahankan bisnisnya dan bersaing di pasar tersebut, PT Kartika Jaya Kasih Karunia dalam meningkatkan kualitas layanannya perlu untuk mengetahui persepsi dan keinginan dari konsumennya dalam masa pandemi

Covid-19. Sehingga rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian adalah “Bagaimana meningkatkan kualitas layanan berbasis analisis service quality pada Biro Travel PT Kartika Jaya Kasih Karunia?”

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk melakukan upaya meningkatkan kualitas layanan berbasis analisis service quality pada Biro Travel PT Kartika Jaya Kasih Karunia.

1.4 Kegunaan penelitian

Penelitian ini diharapkan berguna untuk :

- a. Bagi PT Kartika Jaya Kasih Karunia, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi biro travel PT Kartika Jaya Kasih Karunia sehingga dapat menjadi perbaikan dari kinerja perusahaan.
- b. Bagi peneliti lain, diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi dalam melakukan penelitian dalam bidang strategi usaha travel dalam menghadapi pandemi Covid-19.