

BAB V ANALISIS

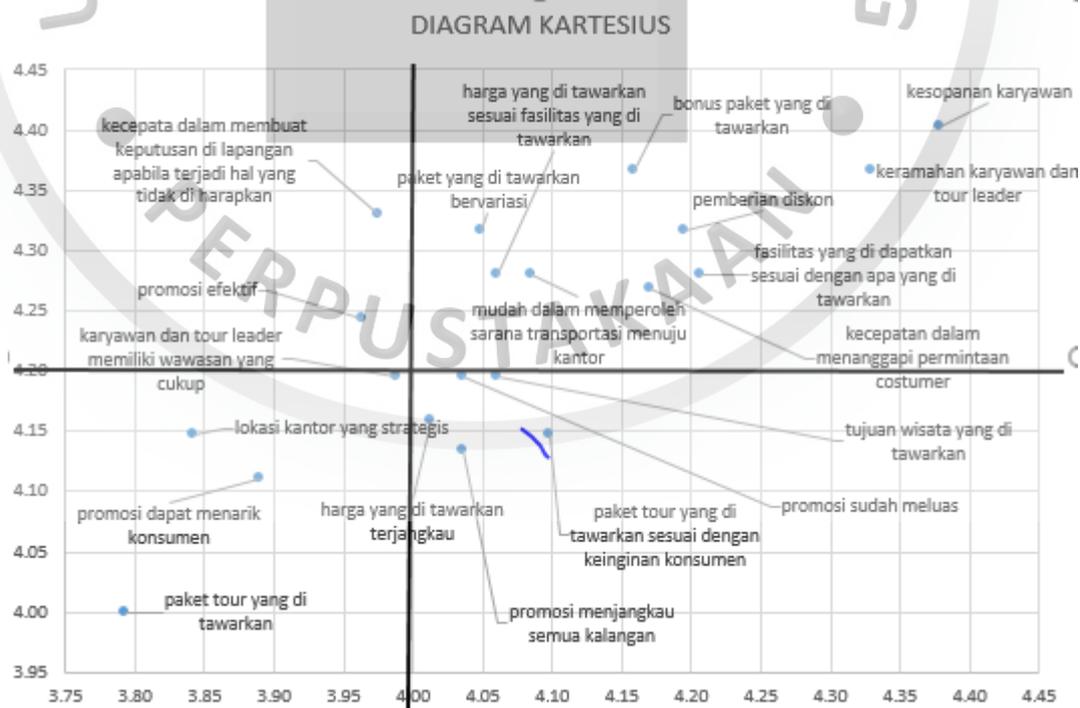
5.1 Metode Importance Performance Analysis (IPA)

Prosedur penelitian berdasar langkah-langkah *importance performance analysis* (IPA) dikemukakan oleh A. Martila dan John C. James dalam J. Supranto (2001). Berdasarkan hasil penelitian tingkat kepentingan dan hasil tingkat kepuasan konsumen maka akan dihasilkan perhitungan mengenai tingkat kesesuaian antara lain:

5.1.1 Diagram Kartesius

Setelah menghitung rata-rata dari seluruh faktor yang dinilai, selanjutnya adalah membuat diagram kartesius berdasarkan titik-titik yang didasarkan kepada nilai rata-rata yang telah dihitung sebelumnya. Dengan menggunakan diagram kartesius dapat diketahui posisi dari setiap faktor yang ditanyakan.

Berdasarkan perhitungan diketahui rata-rata penilaian kepuasan dari seluruh faktor adalah sebesar 4.01 dan rata-rata penilaian kepentingan dari seluruh faktor adalah 4.20. Nilai-nilai tersebut digunakan sebagai titik-titik koordinat untuk membagi diagram kartesius menjadi empat kuadran. Hasil diagram kartesius dapat dilihat pada Gambar 5.1.



Gambar 5.1 Matriks Kepuasan dan Kepentingan Konsumen

Berdasarkan hasil pemetaan diagram kartesius diatas di dapatkan hasil data yang berbeda beda yang di tentukan oleh rata rata dari setiap variable X dan Y. Berdasarkan tingkat kepuasan dan kepentingan, maka kuadran diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Kuadran I (Prioritas Utama)

Faktor-faktor yang terdapat dalam kuadran ini menunjukkan faktor-faktor yang dianggap penting namun kondisi pada saat ini belum memuaskan bagi konsumen. Faktor-faktor yang terletak pada kuadran ini merupakan prioritas untuk ditingkatkan agar minat pengguna dapat terus dipertahankan. Faktor-faktor yang termasuk dalam kuadran I adalah :

- a. kecepatan dalam membuat keputusan di lapangan apabila terjadi hal yang tidak di harapkan
- b. promosi efektif

2. Kuadran II (Pertahankan Prestasi)

Faktor-faktor yang terletak pada kuadran ini menunjukkan bahwa atribut tersebut penting dan memiliki kinerja (kepuasan) yang tinggi. Atribut ini perlu dipertahankan untuk waktu selanjutnya. Atribut ini memiliki kinerja (kepuasan) sesuai dengan tingkat harapan konsumen. Faktor-faktor yang termasuk dalam kuadran II adalah :

- a. Kesopanan karyawan
- b. Keramahan karyawan dan tour leader
- c. Bonus paket yang di tawarkan
- d. fasilitas yang di dapatkan sesuai dengan apa yang di tawarkan
- e. harga yang di tawarkan sesuai fasilitas yang di tawarkan
- f. paket yang di tawarkan bervariasi
- g. mudah dalam memperoleh sarana transportasi menuju kantor

3. Kuadran III (Prioritas Rendah)

Atribut yang terdapat pada kuadran ini dianggap kurang penting oleh konsumen dan pada kenyataannya kinerjanya (kepuasan) tidak terlalu istimewa. Peningkatan terhadap atribut yang masuk dalam kuadran ini dapat dipertimbangkan kembali karena manfaat yang dirasakan oleh responden sangat kecil. Faktor-faktor yang termasuk dalam kuadran III adalah :

- a. karyawan dan tour leader memiliki wawasan yang cukup
- b. lokasi kantor yang strategis

- c. promosi dapat menarik konsumen
- d. paket tour yang di tawarkan

4. Kuadran IV (Berlebihan)

Kuadran ini memuat atribut-atribut yang dianggap kurang penting dan oleh konsumen dirasakan terlalu berlebihan. Faktor-faktor yang termasuk dalam kuadran IV adalah :

- a. tujuan wisata yang di tawarkan
- b. promosi sudah meluas
- c. paket tour yang di tawarkan sesuai dengan keinginan konsumen
- d. harga yang di tawarkan terjangkau
- e. promosi menjangkau semua kalangan

5.2 Rekomendasi perbaikan

Setelah di lakukan pengukuran tingkat kepuasan dan kepentingan pelanggan menggunakan metode IPA di dapatkan faktor faktor di dalam kuadran salah satu nya adalah faktor yang terdapat di dalam kuadran prioritas utama yaitu ada dua poin yang pertama kecepatan dalam membuat keputusan di lapangan apabila terjadi hal yang tidak di harapkan dan juga promosi efektif untuk dapat terus memberikan pelayanan jasa yang terbaik terhadap pelanggannya maka di lakukan rekomendasi perbaikan pada standar operasional prosedur terhadap karyawan di PT. Eksotik Indonesia maka dapat di lakukan langkah seperti berikut :

Tabel 5.1 Rekomendasi Perbaikan

No	Prioritas Utama	Rekomendasi Perbaikan
1	Kecepatan dalam membuat keputusan di lapangan apabila terjadi hal yang tidak di harapkan	<p>Menggunakan Standar Operasional Prosedur</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Standar operasional prosedur Sebelum keberangkatan (Di Luar Bus) 2. Standar operasional prosedur Sebelum Berangkat (Di Dalam Bus) 3. Prosedur standar Dalam Perjalanan 4. Setiba Di Lokasi Obyek Wisata Sebelum Masuk kedalam obyek wisata 5. Persiapan Perjalanan Kembali Ke Tempat Pemberangkatan 6. Setiba Kembali Di Tempat Pemberangkatan

Lanjutan Tabel 5.1 Rekomendasi Perbaikan

No	Prioritas Utama	Rekomendasi Perbaikan
2	Promosi efektif	Melakukan identifikasi untuk meningkatkan proses promosi menggunakan bauran pemasaran komunikasi

5.2.1 Rekomendasi Standar Operational Procedure Tour Guide dan Tour

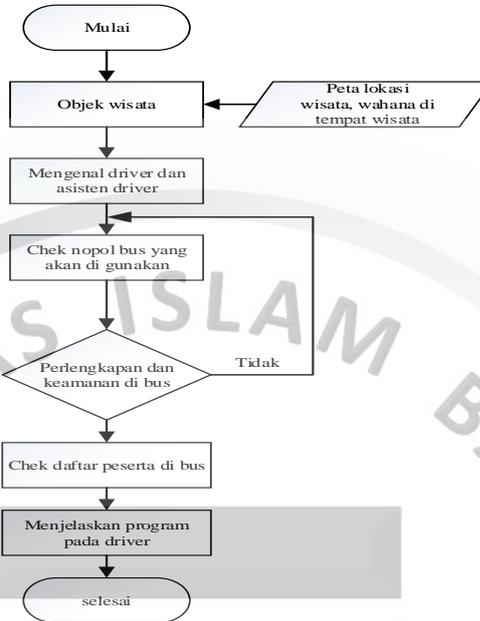
Leader

1. Hal-hal atau catatan yang perlu diperhatikan dalam operasional T/L bila ada.
2. Surat tugas pemandu atau T/L dan driver bila diperlukan
3. Susunan program tour (Itinerary) . (1 Lembar untuk driver)
4. Peta Lokasi obyek wisata yang akan dikunjungi
5. Photo copy bukti pembayaran obyek wisata bila diperlukan (Yang asli dalam amplop untuk ditukar tiket beserta surat peserta asli)
6. Daftar peserta per bus
7. Nomor-nomor telephone penting yang perlu diperhatikan
Panduan expenses keuangan / dana selama perjalanan untuk driver fee,toll & Parkir-parkir, biaya masuk obyek wisata yang dibayarkan pada saat tiba dilokasi.
8. Nomor untuk di tempel di kaca depan bus
9. P3K (Termasuk kantong plastik untuk mabuk kendaraan)

5.2.2 Hal-Hal Yang Perlu Diperhatikan Dalam Teknik Operasional

Pemanduan Atau T/L

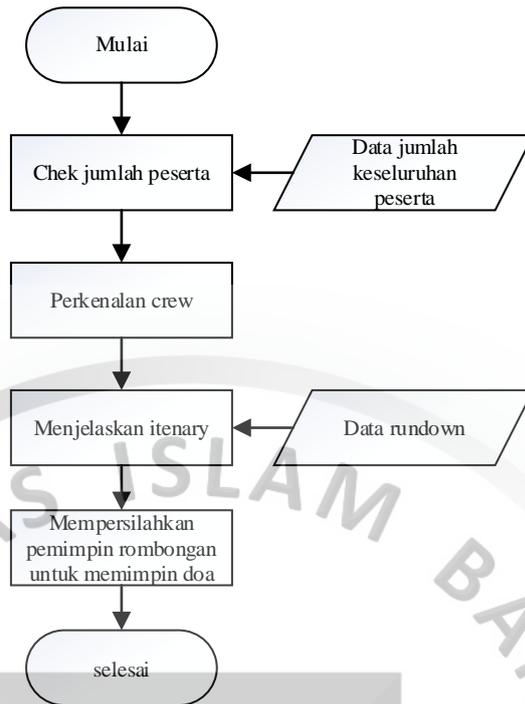
a. Standar operasional prosedur Sebelum keberangkatan (Di Luar Bus)



Gambar 5.2 Standar operasional prosedur Sebelum keberangkatan (Di Luar Bus)

1. Mengetahui sekilas tentang obyek wisata yang akan dikunjungi termasuk peta lokasi dan pintu masuk obyek wisata untuk rombongan atau individu.(dipersiapkan di kantor)
2. Mengetahui nama driver dan asistennya (setiba di lokasi stand by bus)
3. Nomor-nomor polisi bus yang akan digunakan (dipersiapkan di kantor)
4. Mengecek perlengkapan di bus dan keamanannya (MIC, P3K dll) setiba dilokasi stand by bus.
5. Sudah mempunyai daftar peserta setiap busnya (khususnya yang akan di pandu / dipersiapkan di kantor)
6. Jelaskan program perjalanan tour kepada setiap driver (Berikan program atau itinerary perjalanannya bila perlu / setiba di lokasi standby bus)

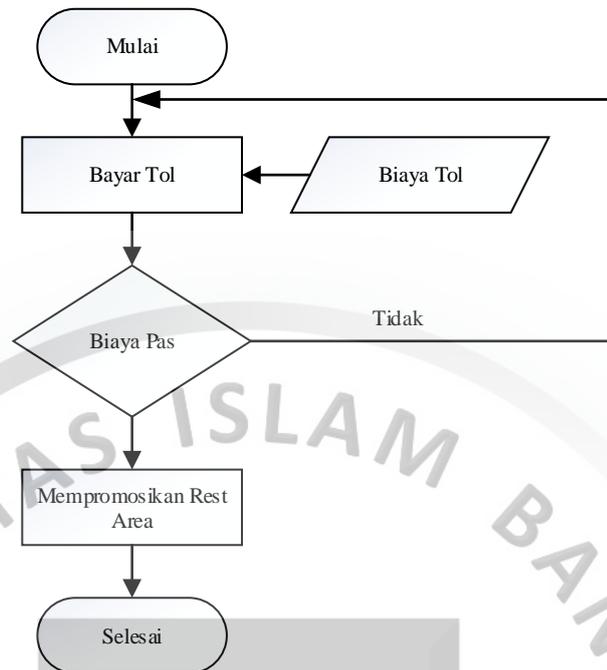
a. Standar operasional prosedur Sebelum Berangkat (Di Dalam Bus)



Gambar 5. 3 Standar operasional prosedur Sebelum Berangkat (Di Dalam Bus)

1. Greeting (selamat pagi, assalamualikum dsb), ingatkan apakah peserta sudah lengkap atau masuk ke dalam bus semua.
2. Perkenalan nama anda sebagai T/L selaku perwakilan dari perusahaan nama driver dan asisten driver pada seluruh peserta di busnya masing-masing.
3. Jelaskan program perjalanan tour dan jam-jamnya
4. Mempersilahkan pimpinan rombongan atau yang mewakili dari peserta untuk memimpin doa menurut agama masing-masing (Basmalah bersama)

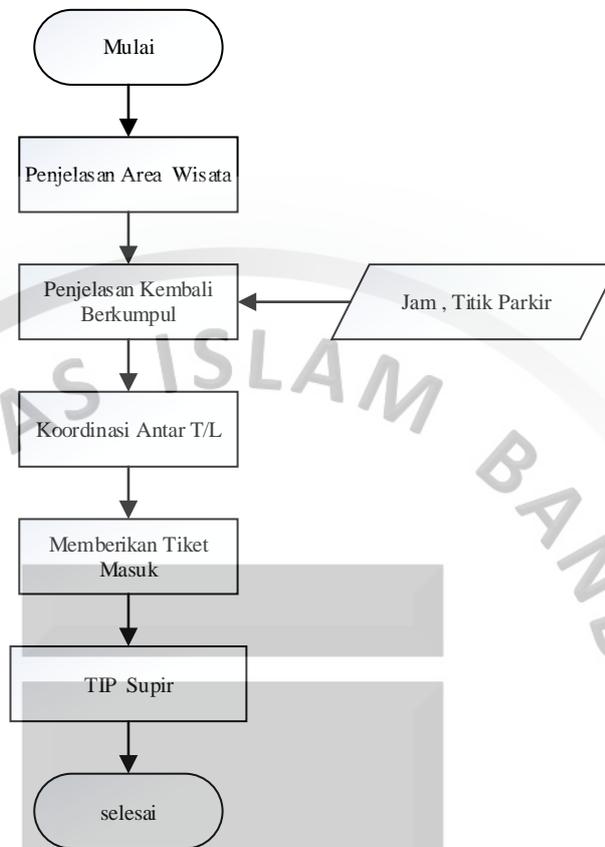
b. Prosedur standar Dalam Perjalanan



Gambar 5.4 Prosedur standar Dalam Perjalanan

1. Persiapkan biaya toll bila sudah mendekati gerbang toll pertama berikan 50 % terlebih dahulu dari total biaya toll kepada driver (Ambil bukti pembayaran setiap pembayaran toll), bila ada kurang biaya toll, driver akan minta kepada T/L.
2. Beritahukan kepada peserta bahwa perjalanan akan istirahat sejenak di salah satu tempat istirahat (Bila ada keperluan ke toilet) dan informasikan waktu ke toilet hanya 10 menit.

a. **Setiba Di Lokasi Obyek Wisata Sebelum Masuk kedalam obyek wisata**

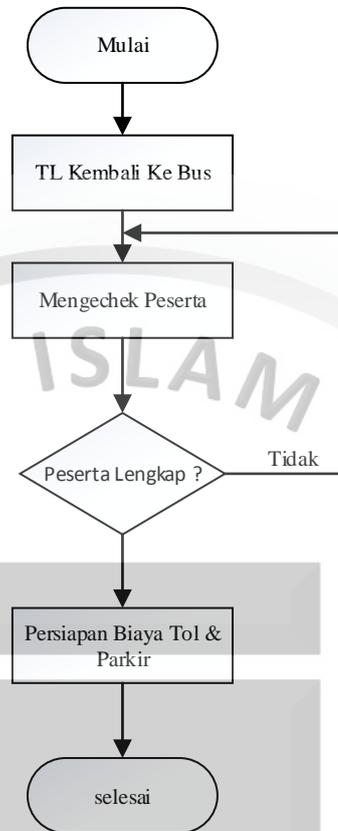


Gambar 5.5 Setiba Di Lokasi Obyek Wisata Sebelum Masuk kedalam obyek wisata

1. Jelaskan kepada peserta waktu berkumpul kembali di busnya, dan ingatkan untuk tidak lupa tempat parkir bus supaya tidak mencari-cari pada saat kembali ke bus.
2. Salah satu T/L (Koordinator) diikuti T/L yang lain bila bus lebih dari 1 unit, pada saat di gerbang masuk obyek wisata turun dari bus untuk mengurus/mengambil tiket masuk bila menggunakan sistem tiket masuk per orang.
3. Setelah peserta turun dari bus semua dan pastikan semua sudah mendapat tiket, sebelum anda sebagai T/L akan meninggalkan bus pastikan mengetahui tempat parkirnya terlebih dahulu untuk

memudahkan anda dan juga perhatikan driver dan co driver tentang biaya makan siang. (koordinasi dg pimpinan T/L)

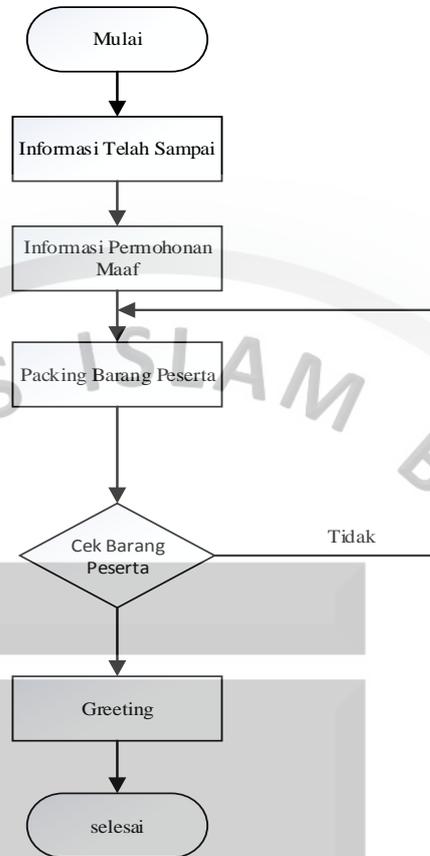
a. Persiapan Perjalanan Kembali Ke Tempat Pemberangkatan



Gambar 5.6 Persiapan Perjalanan Kembali Ke Tempat Pemberangkatan

1. T/L harus sudah berada 1 jam sebelumnya di bus sebelum peserta kembali dari tempat kunjungan sesuai dengan waktu yang telah diinformasikan.
2. Membantu ketua rombongan dari peserta dalam mengecek kelengkapan peserta yang sudah kembali ke bus (T/L tidak perlu ikut mencari-cari peserta yang belum kembali ke bus karena tidak hafal dengan setiap wajah peserta)
3. Sebelum bus berangkat kembali ingatkan ke ketua rombongan apakah peserta benar-benar sudah lengkap, selanjutnya pimpin doa untuk keselamatan perjalanan pulang.
4. Siapkan biaya toll.

a. Setiba Kembali Di Tempat Pemberangkatan



Gambar 5.7 Setiba Kembali Di Tempat Pemberangkatan

1. Menyampaikan beberapa hal kepada tamu A.L :
 - Telah tibanya di Bandung
 - Permohonan maaf a/n : Guide, Driver & asistennya selama pelayanannya bila ada kekurangan-kekurangannya .
 - Mengingatkan peserta untuk barang-barang bawaannya .
 - Greeting (kata-kata penutup atas namai PT mengucapkan terima kasih atas kepercayaan para peserta untuk dapat membantu pelaksanaan program)
2. Sebelum meninggalkan bus berikan driver fee-nya dan ucapan terima kasih atas bantuannya

5.2.2 Rekomendasi Perbaikan untuk meningkatkan promosi yang efektif

Tabel 5.2 Bauran Pemasaran Komunikasi

No	Komunikasi Personal	Sudah dilakukan	Belum Dilakukan
1	Penjualan	√	
2	Pelayanan Pelanggan	√	
3	Pelatihan	√	
4	Telemarketing	√	
5	Mulut ke mulut	√	
No	Periklanan	Sudah dilakukan	Belum Dilakukan
1	Penyiaran		√
2	Cetak	√	
3	Internet	√	
4	Luar Ruangan	√	
5	Surat Langsung	√	
No	Promosi Penjualan	Sudah dilakukan	Belum Dilakukan
1	Sampel	√	
2	Kupon	√	
3	Pengembalian	√	
4	Hadiah	√	
5	Promo hadiah	√	
No	Publisitas & Hubungan Masyarakat	Sudah dilakukan	Belum Dilakukan
1	Siaran Pers		√
2	Konferensi Pers		√
3	Event Khusus		√
4	Sponsorship	√	
5	Pameran Dagang	√	
6	Liputan Media		√
No	Materi Pembelajaran	Sudah dilakukan	Belum Dilakukan
1	Situs Web	√	
2	Brosur	√	
3	Perangkat Lunak CD-ROM	√	
4	Buku Petunjuk	√	
No	Rancangan Korporat	Sudah dilakukan	Belum Dilakukan
1	Papan Nama	√	
2	Dekorasi Interior	√	
3	Kendaraan	√	
4	Peralatan	√	
5	Alat Tulis	√	
6	Seragam	√	

1. Memilih Media

Pilihlah *channel* media yang tepat sesuai dengan target konsumen kita. Media digital memang memperkaya *channel* promosi tapi jangan menggunakan media digital karena ikut-ikutan saja. Fokuslah pada target market yang dituju, pelajari perilaku konsumen, lalu pilihlah media yang sesuai. Ada dua pilihan media yang ada yaitu, media *offline* dan *online*. Kedua pilihan tersebut berkaitan dengan target pasar dan dana yang disiapkan

2. **Melakukan siaran pers**

Langkah untuk perusahaan agar mendapatkan promosi yang efektif dapat dilakukan dengan siaran pers atau suatu liputan berita di media oleh wartawan, siaran pers merupakan media penting dari kerja hubungan masyarakat, selain menguntungkan bagi perusahaan untuk melakukan promosi siaran pers merupakan promosi yang gratis, hal yang penting lagi ini melalui siaran pers promosi dapat langsung menjangkau khalayak atau kelompok sasaran yang lebih luas dari yang bisa di capai oleh iklan.

3. **Melakukan konferensi pers**

Konferensi pers dapat dilakukan perusahaan untuk memperkenalkan produk atau layanan baru yang ada di perusahaan, konferensi pers juga memberi beberapa keunggulan bagi promosi perusahaan, seperti kemampuan mencapai semua media pada saat yang sama dan juga dapat mengontrol pesan apa yang di sampaikan untuk mempromosikan perusahaan.

4. **Mengikuti event event khusus**

Selain melakukan siaran pers dan konferensi pers perusahaan juga dapat melakukan promosi nya dengan cara mengikuti event event khusus seperti travel fair atau event event yang di selenggarakan oleh pemerintah dengan begitu promosi yang di tawarkan oleh perusahaan dapat lebih mudah di kenal oleh masyarakat dan juga dapat bersain dengan perusahaan lain.