

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 LATAR BELAKANG MASALAH**

Transportasi adalah usaha untuk memindahkan manusia, barang dan atau jasa dari suatu tempat ke tempat yang lain dengan atau tanpa moda dengan tujuan tertentu. Proses perpindahan tersebut dapat melalui jalur darat, udara maupun air, begitu pula untuk angkutan barang. Barang merupakan salah satu komoditas ekonomi yang memerlukan alat angkut dalam proses perpindahannya. Jenis alat angkut yang digunakan tersebut berbeda-beda tergantung dari jenis barang yang akan dipindahkan. Demikian juga halnya dalam proses pemindahan suatu hewan yang akan diperjualbelikan di pasar memerlukan jenis alat angkut yang bervariasi. Moda angkutan barang sebagai bagian dari sistem transportasi merupakan kebutuhan pokok para pedagang dan pembeli berfungsi untuk memudahkan para penjual dan pembeli membawa barang dagangannya menuju pasar atau dari pasar.

Seiring berjalannya waktu, para penemu berinovasi untuk memodifikasi mobil barang menjadi mobil penumpang. Jadi, tidak hanya barang yang membutuhkan transportasi untuk dipindahkan dari suatu tempat ke tempat yang lainnya, tetapi manusia juga membutuhkan transportasi untuk berpindah dari suatu tempat ke tempat yang lain tanpa harus mengemudi sendirian. Dari sanalah terciptanya transportasi yang dapat mengangkut manusia dalam jumlah banyak sekaligus serta efisien dan fleksibel hingga sampai saat ini kita kenal dengan Transportasi ber Penumpang (Bus). Bus sendiri pertama dikenal di Indonesia sekitar abad 19. Perusahaan pertama yang mendirikan jasa transportasi di Indonesia adalah Perusahaan Otobus Esto yang berada di Kota Salatiga pada tahun 1921 silam. Bus Esto dapat dikategorikan sebagai angkutan penumpang yang mengantar penumpang ke angkutan massal berikutnya seperti transportasi angkutan darat lain, transportasi udara, maupun transportasi air. Sejak saat itu, banyak perusahaan otobus yang bermunculan untuk melayani rute dan tujuan yang beragam. Hingga pada akhirnya

divisi perusahaan angkutan berpenumpang dibedakan menjadi 2 divisi yakni perusahaan bus regular dan perusahaan bus pariwisata.

Perusahaan bus regular adalah divisi angkutan berpenumpang yang melayani rute atau tempat tujuan yang telah ditentukan oleh perusahaan dan dinas perhubungan dan telah disepakati bersama. Sedangkan Perusahaan bus pariwisata adalah divisi angkutan berpenumpang yang melayani tujuan berwisata atau kepentingan pribadi untuk mencapai suatu tujuan yang telah disepakati oleh penyewa.

Berwisata merupakan suatu kegiatan dimana sangat dibutuhkan manusia untuk memulihkan pikiran dari kejenuhan setelah beraktivitas sehari-hari. Berwisata pada dasarnya adalah kegiatan yang dibutuhkan manusia untuk memenuhi kebutuhan fisik maupun psikologis, dengan melakukan kegiatan berwisata. Berbagai bentuk penawaran yang dilakukan untuk mencapai tujuan finansial dan nonfinansial diantaranya seperti layanan wifi, live stream musik, multimedia on the bus dan masih banyak lagi penawaran pelayanan yang ditawarkan oleh beberapa perusahaan bus untuk meningkatkan mutu pelayanan.

Setiap perusahaan tentunya memiliki strategi untuk memikat pelanggan agar tertarik menggunakan sesuatu yang ditawarkan oleh perusahaan terkait. Terlebih pada keadaan pandemi penawaran tersebut cukup memberi pengaruh terhadap daya tarik konsumen dalam menggunakan jasa transportasi untuk berwisata. Sehingga hal tersebut menjadi tantangan tersendiri untuk suatu perusahaan agar dapat bertahan pada keadaan saat ini. Salah satunya adalah teknik di bidang Humas pada suatu perusahaan. Humas atau yang dikenal dengan Hubungan Masyarakat adalah suatu profesi di suatu perusahaan untuk berkomunikasi langsung kepada konsumen dari suatu perusahaan. Humas juga melakukan publisitas mengenalkan produk yang ditawarkan perusahaan dan juga teknik mengkomunikasikan dunia luar dengan perusahaan itu sendiri. Humas juga termasuk dalam manajemen pemasaran, dimana tujuannya adalah membangun komunikasi dua arah dengan konsumen dan berusaha untuk memperoleh pengertian dan itikad baik, melalui strategi-strategi yang dilakukan oleh Humas sehingga dapat membangun kepercayaan kepada konsumen dan dapat menjalin komunikasi yang baik hingga terciptanya pengulangan.

Humas sebagai usaha terencana untuk mempengaruhi pandangan melalui karakter yang baik serta tindakan yang bertanggung jawab, didasarkan atas komunikasi dua arah yang saling memuaskan. Maka dari itu, komunikasi dua arah yang baik merupakan tugas yang wajib dilakukan oleh humas, komunikasi dua arah yang baik membuat masyarakat dapat memahami apa yang diinginkan perusahaan, begitu juga perusahaan dapat memahami apa yang masyarakat inginkan, sehingga akan mempengaruhi mutu pelayanan dan membangun citra perusahaan. Dalam suatu Perusahaan Otobus yang berdiri di tengah masyarakat tentunya ada suatu point yang didasarkan oleh suatu perusahaan tersebut, salah satunya adalah menjual pelayanan dengan kualitas atau mutu yang dapat bersaing dengan perusahaan otobus yang lainnya. Mutu adalah suatu ukuran dalam menilai baik atau buruknya sesuatu. Dalam suatu pelayanan di bidang jasa, tentu mutu pelayanan ini akan dipandang lebih oleh seorang konsumen. Sementara pelayanan adalah suatu kegiatan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan serta memberikan pengalaman terbaik.

Seiring dengan perkembangan jasa transportasi di Indonesia, Perusahaan Otobus Hafesa Trans Jember yang lahir pada tahun 2017 silam masih beroperasi dalam situasi pandemi seperti ini dengan menghadirkan pelayanan yang konsisten serta strategi unik yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumen akan membawa pengaruh besar terhadap kebutuhan penyewa demi pengalaman perjalanan terbaik saat berwisata. Berdasarkan fenomena di atas, peneliti menemukan adanya keunikan pada perusahaan otobus Hafesa Trans Jember. Humas perusahaan ini melakukan beberapa trik diantaranya dengan melihat keadaan sekitar apa yang tidak dilakukan oleh perusahaan lain. Selain itu perusahaan ini juga berani untuk bersaing dengan menjual pelayanan yang lebih tetapi dengan harga yang sesuai dengan harga pasarannya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pelayanan merupakan faktor yang dapat mempengaruhi kualitas suatu perusahaan melalui strategi humas untuk menjual jasa kepada konsumen pariwisata. Adanya strategi humas diatas, menjadikan peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut bagaimana seorang Humas dapat berkomunikasi dengan direktur perusahaan agar memeberikan pelayanan serta kepercayaan terbaik untuk seseorang konsumen yang ingin berwisata menggunakan jasa transportasi pada

perusahaan otobus pariwisata. Maka dari itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “STRATEGI HUMAS PERUSAHAAN OTOBUS HAFESA TRANS JEMBER DALAM MENINGKATKAN MUTU PELAYANAN PARIWISATA”.

## **1.2 RUMUSAN MASALAH**

Adapun rumusan masalah yang diangkat oleh peneliti, yaitu :

1. Bagaimana upaya yang dilakukan oleh humas pada Perusahaan Otobus Hafesa Trans Jember untuk meningkatkan mutu pelayanan konsumen pariwisata ?
2. Faktor-faktor apa saja yang Humas Perusahaan Otobus Hafesa Trans lakukan agar konsumen tertarik menggunakan jasa yang akan diberikan ?
3. Bagaimana pendapat konsumen terhadap pelayanan yang telah diberikan oleh Perusahaan Otobus Hafesa Trans ?

## **1.3 TUJUAN PENELITIAN**

1. Untuk mengetahui upaya apa saja yang dilakukan oleh humas pada Perusahaan Otobus Hafesa Trans Jember untuk meningkatkan mutu pelayanan konsumen pariwisata.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang Humas Perusahaan Otobus Hafesa Trans lakukan agar konsumen tertarik menggunakan jasa yang diberikan oleh perusahaan terkait.
3. Untuk mengetahui bagaimana respon konsumen terhadap pelayanan yang telah diberikan oleh Perusahaan Otobus Hafesa Trans.

## **1.4 MANFAAT PENLITIAN**

Penelitian ini dilakukan dengan harapan agar dapat memberikan manfaat, antara lain :

1. Manfaat Teoritis

(1) Penelitian ini dapat menjadikan sebagai tambahan informasi yang dapat menambah dan mengembangkan wawasan peneliti terhadap hal yang berhubungan dengan komunikasi yang dilakukan oleh humas suatu perusahaan.

(2) Peneliti juga dapat menjadikan penelitian ini sebagai bahan perbandingan terhadap teori-teori serta upaya peningkatan kualitas keilmuan yang selama ini peneliti lalui di bangku perkuliahan.

2. Manfaat Praktis

Data dari hasil penelitian ini adalah sebagai informasi bagi orang-orang yang ingin menjadi seorang humas pada suatu perusahaan. Mengembangkan pertanyaan baru mengenai faktor-faktor lain terhadap strategi humas yang dapat dijadikan dasar untuk penelitian selanjutnya mengenai strategi kehumasan.