

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kota Yogyakarta merupakan salah satu kota wisata yang paling sering dikunjungi oleh wisatawan dalam negeri maupun luar negeri. Dengan banyaknya tempat wisata di kota ini membuat semakin berkembangnya jasa transportasi di Kota Yogyakarta. Data pada jumlah objek wisata berdasarkan aplikasi dataku dinas pariwisata pada tahun 2022 mencapai 319 objek di Kota Daerah Istimewa Yogyakarta (Bappeda, 2022). Salah satu jasa transportasi di Kota Yogyakarta yaitu Figotrans Tour and Travel yang merupakan jasa transportasi perjalanan wisata yang didirikan oleh Suyatno pada tahun 2013 dengan memiliki dua tim dengan masing-masing tim terdapat dua orang dengan empat unit mobil untuk operasional. Dengan kedua tim tersebut memiliki tanggung jawab masing-masing diantaranya tim A bertanggung jawab terhadap pihak hotel, dan pada tim B bertanggung jawab terhadap pihak agen tour lainnya.

Figotrans mulai beroperasi dengan mitra pertamanya dalam kerja sama yaitu dengan beberapa hotel diantaranya, The Victoria Hotel Yogyakarta, Grand Quality Hotel Yogyakarta dan Sheraton Mustika Hotel. Selain bekerja sama dengan hotel, Figotrans juga bekerja sama dengan beberapa agen tours and travel di Kota Yogyakarta yaitu Seta Tours and Travel, Grand Bintang Tours and Travel, dan Farizqi Transport. Kerjasama Figotrans dengan beberapa agen hotel dan agen tours travel Yogyakarta sudah berjalan selama kurang lebih lima tahun, namun pada tahun ke-enam Figotrans memutuskan untuk memanimalisir bekerja sama dengan beberapa agen tersebut. Figotrans mencoba untuk mengembangkan usaha travel tersebut dengan kedua timnya pada tahun 2018 hingga saat ini. Figotrans memutuskan untuk tidak lagi bekerja sama dengan beberapa agen hotel tersebut, karena pada saat itu munculnya *Covid-19* yang mengakibatkan berkurangnya wisatawan yang menginap di beberapa hotel tersebut.

Pernyataan tersebut membuat perekonomian dari segala bidang mengalami penurunan yang sangat signifikan terutama pada industri pariwisata terlebih jasa transportasi. Hal ini diperjelas oleh (Widyanti, 2021) para pengusaha transportasi harus menjual unit mereka karena pandemi *Covid-19*, kerugian pengusaha transportasi satu tahun sekitar 500 sampai 600 miliar. Adanya wabah tersebut membuat para pelaku jasa transportasi mengalami kesulitan untuk mendapatkan *customer*, bahkan jumlah pengunjung wisatawan pada Februari 2020 mengalami penurunan 26,07 persen dengan perbandingan pada Februari 2019 (BPS, 2020).

Dalam kondisi perekonomian yang tidak stabil dan juga adanya wabah *Covid-19* tersebut Figotrans Tour and Travel tetap beroperasi, walaupun harus menanggung banyak kerugian disaat berdampingan dengan *Covid-19*. Disamping itu adanya PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat), membuat Figotrans semakin kesulitan dalam menghadapi perekonomian pariwisata. Tujuan dari Figotrans tersebut tidak lain demi mempertahankan eksistensi usaha transportasinya.

Eksistensi berasal dari kata *existere* yang artinya muncul, ada, memiliki keberadaan aktual. Terdapat beberapa pengertian terkait eksistensi yang di bagi menjadi empat pengertian. Pertama, eksistensi adalah apa yang ada. Kedua, eksistensi adalah apa yang memiliki aktualitas. Ketiga, eksistensi adalah segala sesuatu yang menekankan bahwa sesuatu itu ada. Keempat, eksistensi adalah kesempurnaan. Menurut Sri Redjeki Hartono (Rahayu, 2010), eksistensi diartikan sebagai keberadaan. Dimana keberadaan yang dimaksud yaitu keberadaan perusahaan yang didasarkan atas kegiatan-kegiatan perekonomian yang berkembang maju dimasyarakat melalui beberapa fungsi dan tujuannya dimana dilakukan secara terus menerus dengan menciptakan barang dan jasa untuk di pasarkan serta memperoleh keuntungan. Eksistensi yang dilakukan Figotrans guna membuktikan kepada masyarakat bahwa keberadaan Figotrans Tour and Travel diakui oleh wisatawan. Mempertahankan eksistensi tersebut sangat penting dilakukan, agar tetap dapat bertahan dalam

persaingan bisnis transportasi yaitu dengan menjaga kualitas pelayanan terhadap *customer* dan melakukan promosi melalui WhatsApp.

Melayani *customer* merupakan suatu kewajiban bagi para pelaku usaha terlebih pada bidang jasa transportasi. Dimana dengan mengedepankan pelayanan terbaik akan memberikan kenyamanan terhadap *customer* sehingga tidak ada rasa kecewa *customer* setelah menggunakan jasa transportasi dari Figotrans Tour and Travel. Berikut data omset maupun *customer* dari tahun 2018-2021 sebagai berikut:

Tabel 1. 1 Omset Figotrans

OMSET FIGOTRANS (2018-2021)		
TAHUN	OMSET	CUSTOMER
2018	Rp. 132.500.000,00	131
2019	Rp. 112.000.000,00	116
2020	Rp. 20.500.000,00	24
2021	Rp. 102.500.000,00	92

(Sumber: Figotrans, 2022)

Berdasarkan data omset dan *customer* yang didapatkan Figotrans selama empat tahun terakhir menunjukkan bahwa Figotrans dapat bertahan dalam berdampingan dengan Covid-19. Dari data sebelum adanya pandemi hingga setelah pandemi mengalami penurunan yang cukup signifikan.

Figotrans Tour and Travel berhasil mempertahankan eksistensi usahanya disaat munculnya Covid-19 hingga saat ini, sehingga membuat penulis tertarik untuk menempatkan Figotrans Tour and Travel sebagai objek penelitian. Figotrans merupakan salah satu jasa transportasi yang dapat melawan, bahkan bertahan selama adanya wabah covid-19. Pertahanan bagi Figotrans tidaklah mudah dengan diharuskannya berdampingan dengan Covid-19, bahkan dari segi biaya membutuhkan pengeluaran yang diluar dugaan. Dalam melakukan promosi guna meningkatkan

jumlah konsumen figotrans menggunakan strategi bauran promosi yang meliputi periklanan, pemasaran langsung, promosi penjualan, penjualan perseorangan, publisitas, citra perusahaan, sponsorship.

Sehingga penting adanya penelitian ini dilakukan guna menjadikan acuan bagi pelaku usaha tentang mempertahankan eksistensinya dalam menjalankan suatu usaha. Tujuan tersebut tidak lain merupakan salah satu cara yang digunakan Figotrans untuk tetap dapat berkembang di masa seperti sekarang ini dan juga diakui keberadaannya oleh wisatawan termasuk masyarakat lokal. Untuk itu penulis bermaksud melakukan penelitian dengan judul “Analisis Bauran Promosi Pada Jasa Transportasi Wisata (Studi Deskriptif Kualitatif Figotrans Tour and Travel Dalam Mempertahankan Eksistensi di Masa Pandemi)”.

1.2 Rumusan Masalah

Sebagaimana telah diuraikan sebelumnya, rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana bauran promosi yang dilakukan Figotrans dalam mempertahankan eksistensinya?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka penelitian ini dibuat bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan promosi seperti apa yang dilakukan Figotrans dalam mempertahankan eksistensinya.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini sekiranya dapat bermanfaat bagi bidang akademis dan dalam bidang praktis. Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Akademis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menjadikan bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan khususnya pada bidang pemasaran.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Peneliti
Diharapkan dapat menambah pengetahuan serta pengalaman bagi peneliti dalam menerapkan pengetahuan terkait komunikasi pemasaran.
- b. Bagi Mahasiswa
Diharapkan dapat menjadikan pedoman bagi mahasiswa sehingga dapat diterapkannya pada kehidupan sehari-hari.
- c. Bagi Perusahaan
Penelitian ini diharapkan dapat menjadikan referensi terkait komunikasi pemasaran bagi perusahaan lain.