

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN TERHADAP PENJUALAN PAKET
COFFEE ON THE BUS PO.REJEKI TRANSPORT DI TENGAH WABAH**

VIRUS PANDEMI COVID-19

SKRIPSI



**Untuk Memenuhi Syarat Guna Memperoleh
Derajat Sarjana Ilmu Terapan Pariwisata**

Oleh:

IKKE DIMAS PRANATA

NIM: 414100296

**PROGRAM STUDI USAHA PERJALANAN WISATA
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA YOGYAKARTA**

2021

HALAMAN PENGESAHAN
ANALISIS STRATEGI PEMASARAN TERHADAP PENJUALAN PAKET
COFFEE ON THE BUS PO.REJEKI TRANSPORT DI TENGAH WABAH
VIRUS PANDEMI COVID-19

SKRIPSI




Oleh:
IKKE DIMAS PRANATA
414100296

Telah disetujui oleh:

Pembimbing I


Drs. Budi Hermawan, M.M.
NIDN. 0523026601

Pembimbing II


Mona Erythrea Nur Islami, SIP. M.A.
NIDN. 0516097101

Mengetahui
Ketua Prodi Usaha Perjalanan Wisata


Yudi Setiaji S.II., M.M
NIDN. 0518066401

BERITA ACARA UJIAN

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN TERHADAP PENJUALAN PAKET
COFFEE ON THE BUS PO.REJEKI TRANSPORT DI TENGAH WABAH
VIRUS PANDEMI COVID-19**

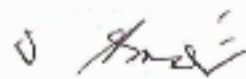
SKRIPSI

OLEH :
IKKE DIMAS PRANATA
No. Mhs : 414100296

Telah Dipertahankan Di Depan Tim Penguji
Dan Dinyatakan Lulus
Pada Tanggal : 24 Juni 2021

TIM PENGUJI

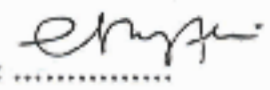
Penguji Utama : Dr. Hj Saryani, M.Si
NIDN.0517066001


:

Penguji II : Budi Hermawan, Drs, M.M.
NIDN. 0523026601


:

Penguji III : Mona Erythrea Nur Islami, SIP. M.A.
NIDN. 0516097101


:

Mengetahui
Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPJA Yogyakarta



Drs. Prihatna, MM.
NIDN. 0526125901

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : IKKE DIMAS PRANATA

NIM : 414100296

Judul Skripsi : “ANALISIS STRATEGI PEMASARAN TERHADAP PENJUALAN
PAKET COFFEE ON THE BUS PO.REJEKI TRANSPORT DI
TENGAH WABAH PANDEMI VIRUS PANDEMI COVID-19”.

Menyatakan dengan yang sebenarnya bahwa penulisan skripsi ini berdasarkan hasil dari pemikiran saya sendiri kemudian dipaparkan dalam skripsi ini. Sepanjang skripsi jika terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan, saya akan mencantumkan sumber yang jelas dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 17 Juni 2021



IKKE DIMAS PRANATA
NIM.414100296

MOTTO

“Tidak ada kebaikan bagi pembicaraan kecuali dengan amalan, tidak ada kebaikan bagi harta kecuali dermawan, tidak ada kebaikan bagi sahabat kecuali kesetiaan, tidak ada kebaikan bagi sedekah kecuali dengan niat ikhlas, dan tidak ada kebaikan bagi kehidupan kecuali kesehatan”

(Al-Ahnaf Bin Qais)

“Guru spiriyual saya adalah realita dan guru realita saya adalah spritual”

(Gus Dur)

“Innovation distinguishes between leader and followers”

(Steve Jobs)

“Hidup adalah pendidikan”

(Emha Ainun Najib)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Sujud dan syukur selalu saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan kemudahan dan pertolongan untuk hambanya dalam menjalankan kehidupannya. Sebuah karya sederhana ini saya persembahkan untuk :

1. Ibu Almarhuma Sutiati yang telah mendidik dan mengurus saya sejak lahir hingga menjadi seperti saat ini, kesabaran dan semangatnya tidak dapat digambarkan, serta kasih sayang yang masih terasa hingga saat ini menjadi menguatkan penulis agar dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Supangat ayahanda yang selalu memberikan do'a dan selalu memberikan motivasi kepada penulis untuk menggapai karir dan cita-cita.
3. Saudara - saudara penulis juga ikut memberikan motivasi di setiap langkah-langkah dalam mengerjakan skripsi agar cepat selesai.
4. Sahabat - sahabat penulis yang tidak bisa disebutkan satu persatu semoga Allah SWT selalu memberikan kesehatan untuk kalian semua.
5. Kepada pimpinan, staff dan seluruh karyawan serta pelanggan PO.Rejeki Transport yang sangat kooperatif dan membantu dalam melengkapi penyusunan skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT berkat rahmat serta karunia-Nya skripsi yang berjudul “Analisis Strategi Pemasaran Terhadap Penjualan Paket Coffee On The Bus PO.Rejeki Transport Di Tengah Wabah Virus Pandemi Covid-19” dapat terselesaikan sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak terselesaikan tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang ikut berperan, baik secara langsung maupun tidak langsung untuk mewujudkan skripsi ini. Ucapan trimakasih kepada:

1. Bapak Budi Hermawan, Drs. MM. Selaku pembimbing I yang telah sabar dan arif dalam memberikan bimbingan dan pengarahan dalam skripsi ini
2. Ibu Mona Erythrea Nur Islami, SIP. MA. Selaku pembimbing II yang telah memberikan bimbingan yang baik mengenai petunjuk penulisan
3. Ibu Dr. Hj. Saryani, M.Si. Selaku penguji utama yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menjelaskan isi skripsi secara keseluruhan
4. Bapak Drs. Prihatno, MM. Selaku Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta yang telah membantu memberikan kemudahan kepada penulis dalam melakukan penelitian
5. Bapak Yudi Setiaji, SH., MM. Selaku Ketua Prodi Usaha Perjalanan Wisata yang telah membantu memberikan dosen pembimbing serta surat persetujuan lainnya.
6. Mbak Fitri selaku staff PO.Rejeki Transport yang telah memberikan surat ijin penelitian di PO.Rejeki Transport

7. Para konsumen serta pelanggan dari PO.Rejeki Transport yang telah memberikan aspirasinya dalam wawancara

8. Seluruh pihak yang telah membantu dari penelitian hingga penyusunan skripsi yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu

Semoga bantuan dari bapak/ibu dan para informan dicatat sebagai amal ibadah oleh Allah SWT. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna untuk itu penulis berharap kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan berikutnya. Akhir kata semoga hasil penelitian ini bermanfaat bagi semua pihak.

Yogyakarta, 17 Juni 2021

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN BERITA ACARA UJIAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Fokus Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
1. Bagi Sekolah Tinggi Pariwisata	5
2. Bagi PO.Rejeki Transport	6
3. Bagi peneliti	6
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Landasan Teori	7
1. Pengertian Strategi Pemasaran	7
2. Pemasaran dan Pemasaran Jasa	9
3. PO Bus Pariwisata (Perusahaan Otobus)	15
4. Perencanaan Perjalanan (Itinerary)	17
5. Kepariwisataaan	19
6. Kerangka Pemikiran	21
7. Peneliti Terdahulu	25

BAB III METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian	28
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	28
C. Teknik Cuplikan	29
D. Sumber Data	29
E. Teknik Pengumpulan Data	30
1. Observasi	30
2. Wawancara.....	31
3. Dokumentasi	31
F. Keabsahan Data.....	32
G. Metode Analisis Data.....	32
H. Alur Penelitian.....	34

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	35
1. Profil Perusahaan.....	36
2. Fasilitas perusahaan.....	39
3. Produk Perusahaan.....	39
B. Pembahasan Hasil Penelitian.....	40
1. Coffee On The Bus PO.Rejeki Transport.....	40

BABV KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.....	61
B. Saran.....	62

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Brosur Digital Paket Coffee On The Bus	43
Gambar 4.2 Interior Kabin Bus	43
Gambar 4.3 Menu Dalam Paket Coffee On The Bus	44
Gambar 4.4 Suasana Di Dalam Kabin Sedang Melakukan Trip	44
Gambar 4.5 Foto Bersama Di Bandara YIA	45
Gambar 4.6 Wawancara Bersama Mbak Fitri	48
Gambar 4.7 Wawancara Bersama Mas Ahmad	48
Gambar 4.8 Wawancara Bersama Mas Riyan	49
Gambar 4.9 Wawancara Bermasa Mbak Debi, Nissa, Anggi	49

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Jadwal Penelitian	36
Tabel 4.1 Data Jumlah Pengunjung Coffee On The Bus	46

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Pengantar Penelitian

Lampiran 2 Surat Keterangan Penelitian Di PO.Rejeki Transport

Lampiran 3 Pedoman Wawancara

Lampiran 4 Lembar Bimbingan

ABSTRAK

Strategi pemasaran menjadi sangat penting dalam mengembangkan bisnis perusahaan bus pariwisata. Pada konsep strategi pemasaran menggunakan Marketing Mix 4P (produk, harga, tempat atau distribusi dan promosi) ini di teliti pengaruhnya terhadap penjualan paket *coffee on the bus* di tengah wabah *virus* pandemi *covid-19* PO.Rejeki Transport. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui konsep manakah yang paling dominan berpengaruh terhadap penjualan paket *coffee on the bus* di tengah wabah virus pandemi *covid-19*.

Jenis dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Subjek penelitian adalah pengelola dan pengunjung di PO.Rejeki Transport. Teknik pemeriksaan keabsahan data menggunakan triangulasi metode yaitu, hasil wawancara tentang strategi pemasaran terhadap penjualan paket *coffee on the bus* di tengah wabah *virus* pandemi *covid-19* kemudian dibandingkan atau dicek ulang dengan observasi lapangan. Teknik analisis data penelitian menggunakan tiga (3) tahap, yaitu reduksi data, penyajian data dan kesimpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa selama pandemi penjualan paket *coffee on the bus* di tengah wabah *virus* pandemi *covid-19* berhasil dengan menggunakan strategi pemasaran *Marketing Mix* 4P (produk, harga, tempat atau distribusi dan promosi) sehingga penjualan paket *coffee on the bus* PO.Rejeki Transport meningkat jumlah pengunjung selama enam bulan, mulai dari bulan Juli-November tahun 2020 sekitar 13.528 orang.

Kata kunci : Strategi pemasaran, paket *coffee on the bus*, pandemi *covid-19*.

ABSTRACT

Marketing strategy is very important in developing a bus tour company business. In the concept of a marketing strategy using the 4P Marketing Mix (product, price, place and promotion), the effects of this on the sales of coffee packages on the bus are examined in the midst of the Covid-19 PO.Rejeki Transport pandemic virus outbreak. This research was conducted to determine which concept has the most dominant influence on the sale of coffee packages on the bus in the midst of the Covid-19 pandemic virus outbreak.

The type in this research is descriptive qualitative with data collection methods used are observation, interviews and documentation. The research subjects were managers and visitors at PO.Rejeki Transport. The technique of checking the validity of the data uses triangulation methods, namely, the results of interviews about marketing strategies for selling coffee packages on the bus in the midst of the Covid-19 pandemic virus outbreak then compared or checked with field observations. The research data analysis technique used three (3) stages, namely data reduction, data presentation and conclusion.

The results of this study indicate that during the pandemic the sale of coffee packages on the bus in the midst of the Covid-19 pandemic virus was successful by using the Marketing Mix 4P marketing strategy (product, price, place and promotion) so that the sales of coffee packages on the bus PO.Rejeki Transport increased the number of visitors for six months, starting from July-November 2020 around 13,528 people.

Keyword : Marketing strategy, coffee on the bus package, the covid-19 pandemic.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Memasuki awal tahun 2020 Indonesia menjasi salah satu negara yang ikut terjangkit wabah virus corona. Sehingga pada awal ketika pandemi ini merebak, sebagian negara ada yang tidak sigap dalam menghadapin situasi masuknya pandemi di negaranya. Di Indonesia yang dilakukan pemerintah penyekatan wilayah atas dasar *urgensi* untuk mengurangi penyebaran *virus* semakin meluas. Tidak hanya di Indonesia, di negara-negara lain sudah mengambil keputusan untuk meredam laju penyebaran *virus* dan menurunkan jumlah penduduk yang terinfeksi. WHO merekomendasikan beberapa kebijakan yang dapat diambil oleh pemerintah nasional dalam menangani pandemi (yang mencakup sebelum, selama, dan setelah) yang terbagi ke dalam beberapa komponen berikut ini menurut WHO dalam Mas Udi dan Winanti, 2020:

1. Perencanaan dan koordinasi (tingkat siapan suatu negara dapat dilihat berdasarkan apakah terdapat *leadership* dan koordinasi lintas sektor yang baik dalam merespon pandemi. Bagaimana kebijakan

2. suatu negara dapat diintegrasikan dalam kerangka kesiapan *emergensi* nasional).
3. Pengawasan dan penilaian atas situasi (berkaitan erat dengan tidak hanya ketersediaan data dan informasi mengenai karakteristik pandemi itu sendiri, tetapi bagaimana data dan informasi tersebut dapat dimanfaatkan untuk merumuskan respon yang lebih efektif).
4. Pencegahan penyebaran penyakit (kebijakan yang berdampak individu/rumah tangga, komunitas, hingga pembatasan aktivitas yang lintas batas negara).
5. Keberlanjutan pelayanan kesehatan (terkait dengan kesiapan fasilitas dan layanan kesehatan, termasuk ketersediaan tenaga medis).
6. Komunikasi publik (kemampuan pemerintahan dalam menyediakan informasi yang memadai dengan perpegang pada prinsip keterbukaan, kesegaran, dan akurasi agar publik mendapatkan informasi dan mengambil keputusan yang tepat).

Dampak dari covid-19 ini juga terjadi di sektor bisnis, terutama transportasi mulai dari Angkutan Udara, Angkutan Laut, KAI (Kereta Api Indonesia), dan Angkutan Darat banyak mengalami penurunan pengguna di Indonesia, masyarakat telah dihimbau untuk melakukan pembatasan sejak 15 Maret 2020. Dua minggu kemudian, pemerintah mengeluarkan Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 21 Tahun 2020 tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dalam rangka

percepatan penanganan *Coronavirus Disease* 2019. Semenjak adanya PSBB banyak kantor-kantor dan pengusaha mengurangi tenaga kerjanya, ada sementara dirumahkan ada juga yang bekerja dari rumah WFH (*Work From Home*). Di sisi lain dalam transportasi di sektor pariwisata salah satunya penyewaan bus juga sangat berdampak adanya *covid-19* ini. Banyak jadwal-jadwal yang sudah direncanakan terpaksa harus di undur atau di batalkan dahulu. Seperti mati suri dalam kurun waktu empat bulan sama sekali tidak beroperasi.

Namun setelah empat bulan tidak beroperasi di karenakan adanya PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar), salah satu PO.Bus yang berada di Yogyakarta yaitu PO.Rejeki Transport ini menghadirkan inovasi baru dalam mengembangkan produk. Mengubah bus yang biasanya di pakai untuk memuat penumpang sekitar 40 orang, kini jumlah kursi dibatasi hanya 28 orang. Menggunakan meja dan kursi berhadapan bus pariwisata disulap menjadi kedai kopi berjalan.

Paket *coffee on the bus* adalah produk inovasi baru yang dihadirkan oleh perusahaan PO.Rejeki Transport di tengah pandemi *virus covid-19*, yaitu ngopi di dalam bus dan mengelilingi kota Yogyakarta. Dengan harga Rp. 50.000, perorang, konsumen atau wisatwan bisa mencobanya. Tidak hanya kopi konsumen juga mendapatkan cemilan seperti roti dan *snack*. PO.Rejeki Transport juga menerapkan protokol kesehatan, mulai dari pengecekan suhu tubuh,

menyediakan *handsanitizer* untuk penumpang dan wajib menggunakan masker sampai membatasi jumlah penumpangnya. Selain itu, PO.Rejeki Transport mengutamakan kenyamanan konsumen yaitu dengan *reservasi* cepat, serta mudah dijangkau melalui media sosial (*aplikasi whatsapp*).

Coffee on the bus ini sendiri mulai beroperasi sejak 27 Juni 2020, dengan pilihan jam keberangkatan mulai dari 09.00, 13.00, dan 19.00 WIB. Perjalanan dilakukan dengan jetbus scania dengan rute Kota Baru - Tugu - Kiai Mojo - bugisan - kotagede - JEC - Janti - jalan Solo - Kota Baru. Tidak hanya itu, barista yang ikut dalam perjalan ini tersebut menyajikan kopi dengan metode *manualbrewing*, kopi juga didatangkan langsung dari Gayo, Solo, Lampung, Merapi dan lain-lain. “Soalnya kami juga mengutamakan kualitas” bapak Wiwit Kurniawan (pemilik perusahaan PO.Rejeki Transport). Tidak semua penumpang bisa menikmati kopi, maka untuk pengganti kopi disediakan sari kacang hijau atau teh tarik yang dibuat langsung di depan meja konsumen atau wisatawan. Dengan demikian harga dari sebuah paket *coffee on the bus* sesuai dengan fasilitas yang diberikan dari PO.Rejeki Transport kepada kosumen atau wisatawan.

Setelah terjadinya penurunan konsumen kini dengan adanya paket *coffee on the bus* PO.Rejeki transport, konsumen mulai meningkat lagi dan mulai keadaan membaik. Dengan strategi baru yang dihadirkan di tengah wabah *covid-19* yang banyak di gandrungi

anak muda ini. Maka penulis tertarik untuk melihat lebih dalam lagi mengenai strategi apa saja yang dilakukan untuk meningkatkan pendapatan PO tersebut dalam sebuah penelitian dengan judul : “Analisis Strategi Pemasaran Terhadap Penjualan Paket Coffee On The Bus Di Tengah Wabah Pandemi Virus Covid-19.

B. Fokus Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di paparkan di atas maka peneliti akan berfokus yaitu :Strategi apa saja yang dilakukan PO.Rejeki Transport untuk meningkatkan penjualan paket *coffee on the bus* ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui analisis strategi pemasaran dengan menggunakan (*marketing mix*) konsep 4P (*product, price, place, promotion*) untuk meningkatkan penjualan paket *coffee on the bus* PO.Rejeki Transport di tengah wabah pandemi *virus covid-19*.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA

Hasil penelitian ini di harapkan dapat memberikan sumbangan ilmu pengetahuan untuk mahasiswa atau mahasiswi berikutnya tentang analisis strategi pemasaran terhadap penjualan paket *coffee on the bus*

serta menjadi bahan referensi bacaan bagi semua orang yang ingin mengembangkan ilmu pengetahuan.

2. Bagi PO.Rejeki Transport

Hasil penelitian bisa menjadi salah satu masukan bagi pihak PO.Rejeki Transport dimasa yang akan datang dalam mengembangkan inovasi produk baru dan berguna untuk mengetahui *feed back* dari konsumen PO.Rejeki Transport.

3. Bagi Peneliti

Sebagai dasar ilmu pengetahuan di bidang usaha jasa perjalanan wisata yang akan ditemukan dalam dunia kerja, maka digunakan untuk mempratekkan secara langsung teori yang sudah diberikan dalam masa bangku perkuliahan apakah sesuai dengan kenyataan atau tidak yang terjadi dilapangan.