

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Objek Perusahaan**

##### **1. Profil Perusahaan**

PO. Bejeu merupakan perusahaan jasa transportasi angkutan bus yang melayani Antar Kota dan Antar Provinsi dan juga jasa pariwisata. Perusahaan otobus ini bermarkas di wilayah Jepara, Jawa Tengah. Perusahaan Otobus Bejeu merupakan perusahaan yang didirikan oleh sebuah keluarga pengusaha kayu jati dan ukiran yang dipelopori oleh H. Rofi'uddin.

Rofi'uddin adalah putra ketiga Tosin Rosyad seorang pengusaha kayu jati, yang berinisiatif memulai menjalankan bisnis transportasi bus. Dia mengajak kakak dan adik-adiknya mengembangkan usaha transportasi bus tersebut. Bermodalkan tiga unit bus yang dibelinya dari lelang sebuah operator bus pariwisata di Jakarta, Rofi'uddin mengembangkan bisnisnya. Tiga unit bus itu digunakan untuk melayani sewa pariwisata. Nama Bejeu sendiri adalah kependekan dari Bongkotan Jati Utama, nama bisnis usaha kayu jati yang mereka tekuni.<sup>1</sup>

Perusahaan otobus Bejeu ini berdiri pada tahun 2002, yang awalnya hanya melayani carter mobil saja. Akan tetapi, sejak juli 2007 memulai membuka trayek Antar Kota Antar Provinsi (AKAP), yaitu Jakarta – Semarang – Demak – Kudus – Jepara.

Usaha jasa transportasi bis ini bermula dari usaha bongkotan kayu jati hasil lelang sejak tahun 1989, namun menurut H. Rofi'uddin untuk menambah perputaran dana usaha lantas beliau mencoba membuka usaha jasa transportasi bus. Dimulai dari armada Isuzu Bison, lalu pada tahun 2003 membeli bus besar hasil lelang bus besar ex-Big Bird di Jakarta.

---

<sup>1</sup> Rofiuddin, Direktur Utama PO. Bejeu, wawancara pada 10 Agustus 2020, jam 09.00 WIB.

Pada tahun 2007 menjadi tahun konsolidasi yang penting bagi perusahaan bus ini, yaitu saat mereka memutuskan untuk memberanikan diri terjun di jalur reguler Jepara – Jakarta. Gebrakan pun dibuat. Mereka membeli tiga unit bus. Kelir hitam dipilih sebagai warna armada andalan mereka. “Mengapa memilih warna hitam. Karena memang saat itu tak banyak bus bercat hitam.

Dengan ciri armada berwarna hitam dengan slogan “Black Bus Community” tampaknya kehadiran Bejeu sangat menarik perhatian bagi para pelanggan yang menggunakan transportasi bus ke jalur Jakarta – Semarang – Demak – Kudus – Jepara. Fasilitas armada yang cukup kompetitif mulai dari fasilitas Air Conditioner, Reclining Seat, Toilet, Blanket and Pillow, LCD, TV, Karaoke dan Smoking Area. Serta penumpang juga akan diberikan snack roti Bejeu Bakery dan layanan makan malam di rumah makan mitra PO. Bejeu.<sup>2</sup>

Dengan semakin berkembangnya usaha jasa transportasi bus ini, PO. Bejeu selalu menambahkan dan membeli armada bus barunya di setiap tahunnya. Pada tahun 2008, armadanya sudah sampai mencapai 16 unit bus, lalu pada tahun 2012 armada bus Bejeu bertambah menjadi 24 unit, hingga pada tahun 2020 ini armadanya berkembang menjadi 75 unit.

PO. Bejeu juga selalu melakukan sebuah inovasi dan peningkatan service kepada pelanggan. Pada tahun 2010, PO. Bejeu tercatat telah melakukan inovasi dengan memberikan fasilitas Wi-Fi di dalam kabin bus serta fasilitas Coffee and Tea Maker agar penumpang dapat enjoy dalam perjalanan menikmati secangkir gelas kopi atau teh sambil menikmati fasilitas internet gratis dalam perjalanan di dalam cabin bus Bejeu. Lalu di awal tahun 2013, PO. Bejeu menambahkan sebuah inovasinya yaitu Bejeu Personal Entertainment. Bejeu Personal Entertainment

---

<sup>2</sup> Rifqy Roosdhani, Manajer Pemasaran PO. Bejeu, wawancara pada 10 Agustus 2020, jam 10.00 WIB.

merupakan layanan aplikasi dari PO. Bejeu yang diberikan untuk penumpang di dalam bus yang mana para penumpang dapat merequest sebuah lagu atau music dan film selama perjalanan. Bejeu Personal Entertainment tersebut pengaplikasiannya seperti aplikasi Youtube.

Selanjutnya pada akhir tahun 2013, PO. Bejeu menambahkan fasilitas pada tiap armadanya, yaitu Power Plug. Jadi para penumpang tidak perlu khawatir jika ponsel maupun laptop mereka kehabisan baterai. Dengan fasilitas Power Plug di tiap seat, penumpang dapat mencharger ponsel maupun laptop mereka. Setelah itu, di awal bulan maret 2014, PO. Bejeu telah merilis layanan Bejeu *Online Ticketing*. Bejeu *Online Ticketing* ini adalah salah satu sarana promosi dan reservasi tiket yang dilakukan oleh PO. Bejeu di awal tahun 2014 untuk meningkatkan loyalitas pelanggan.

Semua inovasi dan layanan yang dilakukan oleh PO. Bejeu serta armada yang mewah merupakan hal yang terpenting bagi kemajuan perusahaan dan agar nama PO. Bejeu dapat dikenal oleh banyak pelanggan yang menggunakan jasa bus. Selain itu juga, agar para pelanggan atau penumpang akan merasa puas terhadap fasilitas dan pelayanan PO. Bejeu sehingga meningkatkan tingkat loyalitas mereka.<sup>3</sup>

## 2. Visi dan Misi Perusahaan

### a. Visi

“passion” melakukan sebuah inovasi dan melayani para pelanggan atau penumpang, serta menjadi salah satu perusahaan transportasi di Indonesia yang terkemuka, terdepan dan unggul dalam pelayanan.

---

<sup>3</sup> Rifqy Roosdhani, Manajer Pemasaran PO. Bejeu, wawancara pada 10 Agustus 2020, jam 10.00 WIB..

b. Misi

Membantu pemerintah dalam mengatasi masalah transportasi darat, yaitu dengan menyediakan sarana angkutan yang layak bagi masyarakat. Menciptakan transportasi yang nyaman, aman dan mengutamakan keselamatan penumpang. Serta mengutamakan kepuasan konsumen dengan memberikan fasilitas yang memadai dan menerima kritik dan saran dari penumpang yang telah menggunakan jasa transportasi ini.<sup>4</sup>

3. Struktur Organisasi PO. Beju

Gambar 4.1. Struktur Organisasi PO. Beju



Struktur Organisasi perusahaan merupakan faktor penting dalam suatu perusahaan. Tanpa memandang ukuran dan bentuknya setiap organisasi harus tunduk pada pengendalian secara keseluruhan. Tugas, wewenang serta tanggung jawab pada setiap

<sup>4</sup> Hasil dokumentasi data PO. Beju pada tanggal 10 Agustus 2020.

tingkatan dalam organisasi harus dirumuskan secara tegas dan jelas. Di dalam kegiatan operasi perusahaan, seorang Direktur mendelegasikan tugas pada bawahannya yang dapat dipercaya dan mempunyai tanggung jawab atas tugas yang diberikan. Selain itu di dalam organisasi perlu adanya komunikasi yang baik antara bawahan dan atasan, maupun antara sesama karyawan itu sendiri.

a. Direktur

Fungsi utama jabatan ini adalah pimpinan tertinggi perusahaan yang bertanggung jawab sebagai koordinator, komunikator, pengambil keputusan, pemimpin, pengelola dan memimpin serta menjalankan perusahaan.

Direktur memiliki tanggung jawab sebagai berikut:<sup>5</sup>

- 1) Bertanggung jawab dalam memimpin dan membina perusahaan secara efektif dan efisien.
- 2) Bertindak sebagai perwakilan perusahaan dalam hubungannya dengan pihak eksternal perusahaan.
- 3) Merumuskan rencana-rencana strategis perusahaan.
- 4) Mensosialisasikan kebijakan-kebijakan kepada bawahan.
- 5) Menjaga keberjalanan perusahaan agar tetap pada visi dan misi perusahaan.
- 6) Mengkoordinasikan dan mengawasi semua kegiatan di perusahaan.
- 7) Menentukan target omzet untuk tiap-tiap unit bisnis.
- 8) Melakukan pengawasan dan pengendalian atas seluruh kinerja perusahaan.
- 9) Merencanakan dan mengembangkan sumber-sumber pendapatan dan pembelanjaan serta kekayaan perusahaan.

---

<sup>5</sup> Hasil dokumentasi data PO. Bejeu pada tanggal 10 Agustus 2020.

- 10) Memimpin rapat umum.
- 11) Bertanggung jawab terhadap keuntungan dan kerugian perusahaan.

Selain tanggung jawab diatas, Direktur memiliki wewenang:<sup>6</sup>

- 1) Memegang keputusan tertinggi perusahaan.
- 2) Mengangkat dan memberhentikan karyawan perusahaan.
- 3) Menerima laporan dari masing-masing divisi dan bisnis PO. Beju.
- 4) Mengetahui dan menyetujui perihal pemesanan ke supplier.

b. Manajer Keuangan

Fungsi utama jabatan Manajer Keuangan adalah memeriksa dan mengevaluasi data keuangan sehingga menghasilkan suatu sudut pandang agar dapat digunakan untuk strategi perusahaan ke depan. Merencanakan dan mengendalikan keuangan meliputi pendapatan dan pengeluaran.

Tanggung jawab yang harus diemban Manajer Keuangan adalah:<sup>7</sup>

- 1) Bertanggung jawab langsung kepada Direktur.
- 2) Mengambil dan/atau menyetujui keputusan yang berkaitan dengan pembelanjaan.
- 3) Merencanakan, mengatur dan mengontrol arus kas perusahaan.
- 4) Merencanakan, mengatur dan mengontrol anggaran perusahaan.
- 5) Merencanakan, mengatur dan mengontrol pengembangan sistem dan prosedur keuangan perusahaan.
- 6) Merencanakan, mengatur dan mengontrol analisis keuangan.

---

<sup>6</sup> Hasil dokumentasi data PO. Beju pada tanggal 10 Agustus 2020.

<sup>7</sup> Hasil dokumentasi data PO. Beju pada tanggal 10 Agustus 2020.

- 7) Membuat dan melaporkan laporan keuangan kepada Direktur.
- 8) Membuat proyeksi keuangan.
- 9) Mengendalikan dan mengawasi penerimaan uang dan piutang.
- 10) Membuat laporan penerimaan uang dan piutang.
- 11) Mengendalikan dan mengawasi pengeluaran dan hutang.
- 12) Membuat laporan pengeluaran dan hutang.
- 13) Memeriksa dan mengawasi proses pembayaran hutang.
- 14) Melaporkan hasil kegiatan perpajakan, audit dan pengelolaan aset.
- 15) Memeriksa faktur pajak pemasukan dan faktur pajak pengeluaran
- 16) Mengawasi dan membantu petugas administrasi dan pendataan aset perusahaan sesuai unit bisnis dan divisi.
- 17) Melaporkan hasil audit.

Wewenang yang dimiliki oleh Manajer Keuangan:<sup>8</sup>

- 1) Akses terhadap keseluruhan data keuangan.
- 2) Memberi arahan dan instruksi langsung kepada masing-masing kepala gudang, perlengkapan armada, koordinator operator dan agen terkait keuangan.
- 3) Meminta dan menerima laporan penggajian dari Manajer SDM dan umum setelah mendapatkan persetujuan dari Direktur.
- 4) Memeriksa data keuangan perusahaan.
- 5) Mengambil keputusan dalam hal yang berhubungan dengan keuangan perusahaan.
- 6) Menerima dan menolak rencana anggaran sesuai dengan persetujuan Direktur.
- 7) Menandatangani surat dan dokumen yang sudah ditetapkan menjadi wewenangnya.

---

<sup>8</sup> Hasil dokumentasi data PO. Beju pada tanggal 10 Agustus 2020.

8) Mengajukan permintaan kebutuhan tenaga kerja, sarana, prasarana dan pemeliharaan.

c. Manajer Operasional

Fungsi utama Jabatan ini adalah memimpin, membina, mengkoordinasikan, mengawasi serta melakukan pengendalian terhadap pelaksanaan kegiatan operasional perusahaan.

Tanggung jawab yang dimiliki oleh Manajer Operasional adalah sebagai berikut:<sup>9</sup>

- 1) Bertanggung jawab langsung kepada Direktur.
- 2) Bertanggung jawab dalam keputusan-keputusan strategis kegiatan operasional.
- 3) Memastikan keberjalanan kegiatan operasional.
- 4) Melaporkan hasil kegiatan operasional kepada Direktur.
- 5) Menjalin komunikasi dan informasi dengan bawahan langsung.
- 6) Membuat rencana pelaksanaan kegiatan operasional.
- 7) Memastikan bawahan telah mendapatkan informasi dan menjalankan kebijakan manajemen terbaru berkaitan dengan program, perawatan, dan hal-hal lain yang berhubungan dengan kegiatan operasional.

Manajer Operasional memiliki wewenang dalam hal:<sup>10</sup>

- 1) Menginstruksikan dan mengarahkan seluruh jajaran pegawai operasional.
- 2) Menandatangani surat dan dokumen yang sudah ditetapkan menjadi wewenangnya.
- 3) Mengajukan permintaan kebutuhan tenaga kerja, sarana, prasarana dan pemeliharaan.

---

<sup>9</sup> Hasil dokumentasi data PO. Beju pada tanggal 10 Agustus 2020.

<sup>10</sup> Hasil dokumentasi data PO. Beju pada tanggal 10 Agustus 2020.

- 4) Membuat keputusan strategis operasional PO. Bejeu sesuai dengan persetujuan Direktur.

d. Manajer Pemasaran

Fungsi utama jabatan Manajer Pemasaran adalah mengkoordinasikan, mengawasi, serta melakukan pengendalian terhadap pelaksanaan kegiatan penjualan tiket dan penyediaan konsumsi bagi penumpang.

Tanggung jawab yang diemban oleh Manajer Pemasaran adalah sebagai berikut:<sup>11</sup>

- 1) Mengatur, memantau dan mengendalikan Agen.
- 2) Berkoordinasi dengan agen-agen tentang jumlah penumpang pada tiap agen dan masing-masing trayek pada setiap harinya, dan juga rekapan bulanan.
- 3) Melaporkan jumlah penumpang masing-masing trayek pada Divisi Operasional Armada.
- 4) Memberikan informasi jumlah penumpang kepada koordinator konsumsi untuk keperluan jumlah konsumsi.
- 5) Menerima hasil operasional dari agen dan crew setiap hari.
- 6) Bertanggung jawab kepada Manajer Operasional.

e. Bagian Administrasi

Tanggung jawab yang dimiliki oleh Bagian Administrasi adalah sebagai berikut:<sup>12</sup>

- 1) Memeriksa semua transaksi pengeluaran setiap harinya.
- 2) Mengajukan kas bon kepada Manajer Keuangan.

---

<sup>11</sup> Hasil dokumentasi data PO. Bejeu pada tanggal 10 Agustus 2020.

<sup>12</sup> Hasil dokumentasi data PO. Bejeu pada tanggal 10 Agustus 2020.

- 3) Memeriksa semua bukti atau rincian transaksi pembelian barang.
  - 4) Melaporkan semua transaksi setiap harinya kepada Manajer Keuangan.
  - 5) Membantu Manajer Keuangan untuk membuat laporan keuangan.
  - 6) Melakukan semua pencatatan biaya transaksi baik pengeluaran operasional dan lain-lain setiap harinya.
  - 7) Melakukan perhitungan setoran dan DP dari semua Agen yang disetorkan oleh koordinator Agen dan Operator.
  - 8) Memberikan total semua setoran pemasukan armada kepada Manajer Keuangan.
  - 9) Bertanggung jawab kepada Manajer Keuangan.
- f. Mandor Pool dan Bengkel  
Tanggung jawab yang dimiliki oleh Mandor Pool dan Bengkel:<sup>13</sup>
- 1) Menerima laporan kerusakan Armada dari Crew untuk ditangani.
  - 2) Memberikan informasi kondisi armada yang mengalami kerusakan kepada Kepala Divisi Operasional Armada sebagai perencanaan penjadwalan armada.
  - 3) Menugaskan teknisi yang sesuai dengan bidang kerusakan armada.
  - 4) Mengontrol tugas setiap teknisi dalam perbaikan armada.
  - 5) Ikut serta membantu melakukan perbaikan armada yang rusak.
  - 6) Memberikan instruksi bagaimana proses perbaikan armada yang rusak namun sedang tidak digarasi.
  - 7) Mengetahui dan menjalin relasi dengan mitra atau tempat-tempat di luar perusahaan yang dapat menangani perbaikan armada

---

<sup>13</sup> Hasil dokumentasi data PO. Beju pada tanggal 10 Agustus 2020.

atau sparepart yang tidak bisa ditangani sendiri di bengkel, seperti masalah drilling, bubut, grinding, dan lain-lain, dengan persetujuan Manajer Operasional, Manajer Keuangan, dan Direktur.

- 8) Berkoordinasi dengan Staff Pengadaan Barang dalam penyediaan atau pembelian spareparts sesuai standart.
- 9) Bertanggung jawab kepada Manajer Operasional.

g. Agen Pemasaran

Tanggung jawab yang dimiliki oleh Agen Pemasaran sebagai berikut:<sup>14</sup>

- 1) Melayani penjualan tiket kepada penumpang dengan sebaik-baiknya.
- 2) Memberikan penjelasan kepada pembeli tiket tentang harga, nomer kursi dan nomer armada.
- 3) Membantu perhitungan setoran dan uang jalan/ uang saku awak armada.
- 4) Melaporkan hasil penjualan tiket kepada Administrasi Keuangan.
- 5) Menjaga barang titipan dari pelanggan dan barang temuan dari bus.
- 6) Bertanggung jawab kepada koordinator Agen dan Operator.

h. Sopir

- 1) Mempersiapkan kendaraan yang dipercayakan dengan sebaik-baiknya.
- 2) Menjaga kendaraan dan keselamatan kerja.
- 3) Jika ada kerusakan kendaraan segera dilaporkan.<sup>15</sup>

i. Kernet

Kernet bertugas melakukan pemeriksaan terhadap kesiapan kendaraan

---

<sup>14</sup> Hasil dokumentasi data PO. Bejeu pada tanggal 10 Agustus 2020.

<sup>15</sup> Hasil dokumentasi data PO. Bejeu pada tanggal 10 Agustus 2020.

meliputi oli, ban, minyak rem, mesin, dan bagian lain yang perlu diperiksa.<sup>16</sup>

## B. DATA PENELITIAN

### 1. Peran Layanan Bejeu *Online Ticketing* pada PO. Bejeu Jepara

Peran Layanan Bejeu *Online Ticketing* untuk meningkatkan loyalitas pelanggan pada PO. Bejeu Jepara dilakukan melalui tiga tahapan utama, yaitu penempatan segmentasi pasar, menetapkan pasar sasaran serta penempatan produk melalui pengembangan bauran pemasaran promosi dan diskon harga pada hari-hari tertentu. Berikut penjelasan masing-masing tahapan strategi melalui Peran Layanan Bejeu *Online Ticketing* pada PO. Bejeu Jepara.

#### a. Segmentasi pasar

Segmentasi pasar adalah kegiatan membagi-bagi pasar yang bersifat heterogen dari suatu produk kedalam satuan-satuan pasar (segmen pasar) yang bersifat homogen

Adapun segmentasi pasar yang dirancang oleh PO. Bejeu untuk menentukan target pasarnya, yaitu aspek demografi yang terdiri dari : jenis kelamin, status pekerjaan atau status sosial. Selanjutnya, aspek geografi yang terdiri dari : wilayah atau daerah, dan aspek psikografis yang terdiri dari : status ekonomi.

- 1) Demografi : Pria dan wanita, mahasiswa, karyawan, pengusaha kecil maupun menengah.
- 2) Geografi : Jakarta, Semarang, Demak, Kudus, dan Jepara.
- 3) Psikografi : Status ekonomi kelas B dan B+, gemar menggunakan transportasi darat khususnya jasa transportasi bus dan gemar menggunakan fasilitas internet.

---

<sup>16</sup> Hasil dokumentasi data PO. Bejeu pada tanggal 10 Agustus 2020.

Hal tersebut sesuai dengan apa yang diutarakan oleh bapak H. Rofiuddin selaku owner dari PO. Bejeu.

- 1) “Demografi : Pria dan wanita dengan status pekerjaan mahasiswa, karyawan, pengusaha kecil maupun menengah.
- 2) Geografi : Wilayah Jakarta, Semarang, Demak, Kudus, dan Jepara. Karena kami menyesuaikan dengan trayek yang kami jalani, yaitu trayek Jakarta, Semarang, Demak, Kudus, dan Jepara.
- 3) Psikografi : Status ekonomi kelas B dan B+ (atas dan menengah), lalu, selain itu juga menargetkan para pelanggan khususnya yang sering menggunakan jasa transportasi bus khususnya pelanggan di wilayah Jakarta dan Jepara,serta para pelanggan yang lebih sering atau gemar menggunakan fasilitas internet secara mobile, apalagi saat melakukan perjalanan jauh”<sup>17</sup>.

Berdasarkan keterangan diatas diketahui bahwa pasar suatu produk tidaklah homogen, akan tetapi pada kenyataannya adalah heterogen. Pada dasarnya segmentasi pasar adalah suatu strategi yang didasarkan pada falsafah manajemen pemasaran yang orientasinya adalah konsumen. Dengan melaksanakan segmentasi pasar, kegiatan pemasaran dapat dilakukan lebih terarah dan sumber daya yang dimiliki perusahaan dapat digunakan secara lebih efektif dan efisien dalam rangka memberikan kepuasan bagi pelanggan.

Ada empat kriteria yang harus dipenuhi segmen pasar agar proses segmentasi pasar dapat dijalankan dengan efektif dan bermanfaat bagi perusahaan, yaitu terukur (*Measurable*), artinya segmen pasar tersebut dapat diukur, baik besarnya, maupun luasnya serta daya beli segmen pasar

---

<sup>17</sup> Rofiuddin, Direktur Utama PO. Bejeu, wawancara pada 10 Agustus 2020, jam 09.00 WIB.

tersebut. Terjangkau (*Accessible*), artinya segmen pasar tersebut dapat dicapai sehingga dapat dilayani secara efektif. Cukup luas (*Substantial*), sehingga dapat menguntungkan bila dilayani. Dapat dilaksanakan (*Actjonable*), sehingga semua program yang telah disusun untuk menarik dan melayani segmen pasar itu dapat efektif. Kebijakan segmentasi pasar haruslah dilakukan dengan menggunakan kriteria tertentu. Tentunya segmentasi ini berbeda antara barang industri dengan barang konsumsi.<sup>18</sup>

b. *Targeting* (penetapan pasar)

Sebuah perusahaan harus dapat menentukan tujuan dan sasaran sesuai dengan target pasar yang telah dipilih oleh perusahaan tersebut. PO. Bejeu juga telah menentukan target pasarnya yang sesuai dengan apa yang dituju. Setelah memilih dan memilah pasar konsumen, lalu selanjutnya PO. Bejeu melakukan penentuan target pasar atau *targeting* yang ditentukan. Berdasarkan data yang diperoleh dari perusahaan, pada tahun 2019 tercatat bahwa konsumen atau penumpang laki-laki lebih mendominasi dalam menggunakan jasa PO. Bejeu ini. Konsumen atau penumpang yang tercatat dihitung berdasarkan jumlah trayek mulai dari wilayah Merak, Jakarta, Bekasi, Bogor, Semarang, Demak, Kudus, Pati, dan Jepara dari bulan januari hingga desember 2019.

Adapun hasil wawancara mengenai *targeting* yang dituju oleh PO. Bejeu menurut Bapak H. Rofiuddin sebagai owner PO. Bejeu, yaitu :

“Target konsumen, yaitu para pelanggan yang suka bepergian dengan menggunakan jasa transportasi bus khususnya di wilayah DKI Jakarta dan sekitarnya yang menuju wilayah Semarang, Demak, Kudus, Pati, dan Jepara atau sebaliknya. Hal ini disesuaikan dengan trayek yang telah PO.

---

<sup>18</sup> Tjiptono, Fandy, *Strategi Pemasaran*. (Yogyakarta: ANDI, 2010), 74.

Bejeu jalani, selain itu juga, PO. Bejeu menargetkan para pelanggan yang suka menggunakan fasilitas internet khususnya dalam menikmati perjalanan”.<sup>19</sup>

c. *Positioning* (penempatan produk)

Penempatan produk mencakup kegiatan merumuskan penempatan produk dalam persaingan dan menetapkan bauran pemasaran yang terperinci. Pada hakekatnya Penempatan produk adalah tindakan merancang produk dan bauran pemasaran agar tercipta kesan tertentu diingatan konsumen.

*Positioning* sangatlah berguna bagi perusahaan karena persaingan semakin ketat di dunia bisnis era globalisasi. Bagi PO. Bejeu *positioning* juga dibutuhkan, selain untuk bersaing ketat dengan pesaing lain juga dibutuhkan untuk dapat menarik perhatian konsumen agar mereka menggunakan jasa PO. Bejeu ini. Setelah menentukan segmentasi pasar dan target pasar, lalu langkah selanjutnya menentukan *positioning*. PO. Bejeu memiliki *positioning*, yaitu *Elegant Black Bus With Colorfull. Service*.

Hal tersebut sesuai dengan apa yang diutarakan oleh Bapak H. Rofiuddin selaku owner PO. Bejeu.

“*Positioning* dari PO. Bejeu, yaitu *Elegant Black Bus With Colorfull. Service* dengan bodypaint bus yang didominasi warna hitam kilap dengan kemewahan interior di dalamnya serta pelayanan yang ramah dari *Crew* kami terhadap penumpangnya layaknya seorang pramugari atau pramugara di maskapai penerbangan. Dan akhirnya timbul lah persepsi yang positif pada hati pelanggan, yang mana PO. Bejeu telah memberikan pelayanan dan fasilitas mewah yang

---

<sup>19</sup> Rofiuddin, Direktur Utama PO. Bejeu, wawancara pada 10 Agustus 2020, jam 09.00 WIB.

telah memanjakan para pelanggannya agar pelanggan loyal terhadap perusahaan”.<sup>20</sup>

Suatu perusahaan akan melakukan suatu strategi agar produk atau jasa yang mereka jual dapat dikenal di benak masyarakat sehingga mereka dapat mengetahuinya dan pada akhirnya timbul ketertarikan untuk membeli atau menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan.

Hampir semua maskapai penerbangan maupun travel agent saat ini sudah melayani pemesanan tiket secara online kepada pelanggannya atau calon penumpangnya. Ini adalah salah satu keuntungan tersendiri bagi perusahaan maupun pelanggannya, karena bagi pelanggan pemesanan tiket melalui online sangatlah praktis bagi mereka. Ini juga dilakukan oleh PO. Bejeu dalam melayani dan memanjakan para pelanggan. PO. Bejeu menerapkan pemesanan tiket online melalui website atau aplikasi dengan istilah Bejeu E-Ticketing.

#### **Gambar 4.2. Sosialisasi Layanan Bejeu Online Ticketing PO. Bejeu**



Sumber : [www.bejeu.com](http://www.bejeu.com)

Hal ini juga sesuai dengan apa yang diutarakan oleh Bapak Rifqy Roosdhani. Berikut

---

<sup>20</sup> Rofiuddin, Direktur Utama PO. Bejeu, wawancara pada 10 Agustus 2020, jam 09.00 WIB.

ini merupakan pernyataan Bapak Rifqy Roosdhani selaku Manajer Pemasaran PO. Bejeu mengenai gambaran Bejeu Ticketing Online.

“Bejeu *Ticketing Online* adalah sarana fasilitas pemesanan tiket bus Bejeu yang memudahkan para pelanggan atau calon penumpang di saat melakukan pembelian tiket PO. Bejeu, yang mana layanan pembelian seperti ini melalui sistem koneksi internet atau online dan dapat diakses dengan menggunakan Smartphone, dan si pelanggan hanya perlu mengakses ke alamat web : [www.bejeu.com/tiket](http://www.bejeu.com/tiket), kemudian pilih tiket dengan tujuan yang diinginkan si pelanggan”.<sup>21</sup>

Suatu perusahaan pastinya memiliki tujuan dalam strategi pemasaran yang dijalankannya kepada target sasarnya. Inilah yang dilakukan oleh PO. Bejeu dengan Peran Layanan *e-ticketing*-nya. Strategi Peran Layanan *e-ticketing* ini dilakukan agar PO. Bejeu dapat lebih dikenal atau *aware* di benak masyarakat, selain itu juga dengan adanya Peran Layanan bejeu *e-ticketing* agar lebih memudahkan pelanggan untuk mendapatkan tiket perjalanan PO. Bejeu.

Hal tersebut sesuai dengan apa yang diutarakan oleh Bapak Rifqy Roosdhani.

“Ini adalah salah satu strategi khusus sebagai perusahaan otobus yang selalu memiliki sebuah inovasi untuk bersaing dengan para kompetitor yang hanya menggunakan sistem pemesanan tiket manual. Selain itu, Peran Layanan *e-ticketing* juga digunakan untuk meningkatkan pelayanan kepada pelanggan atau calon penumpang agar mereka loyal dan *aware* terhadap PO. Bejeu, jadi para pelanggan atau calon penumpang tidak bersusah payah untuk pergi ke

---

<sup>21</sup> Rifqy Roosdhani, Manajer Pemasaran PO. Bejeu, wawancara pada 10 Agustus 2020, jam 10.00 WIB.

agen mencari tiket kota tujuan dan kapasitas seat yang tersedia”.<sup>22</sup>

## 2. Peran Layanan Beju *Online Ticketing* untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan

Yang pertama yaitu produk (*product*), produk adalah sesuatu yang bisa ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, pembelian, pemakaian, atau konsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan.

PO. Beju adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang layanan jasa transportasi yaitu berupa bus. Bus PO. Beju ini memiliki desain *exterior* yang terbilang unik, berbeda dengan bus-bus yang lain. Tampak dari luar bus ini didominasi dengan warna hitam dengan perpaduan corak warna merah dan kuning, atau corak hijau dan biru. Menjadikan PO. Beju mudah dikenali dan diingat oleh sebagian besar pelanggan pengguna jasa transportasi bus.

Dalam rangka memuaskan pelanggan. PO. Beju berusaha melayani kebutuhan pelanggan dengan sebaik mungkin. Untuk mendukung pelayanan tersebut, PO. Beju telah mengembangkan produknya menjadi tiga macam jenis bus, yaitu Bus Pariwisata, Bus Reguler dan *Shuttle*.

Bus pariwisata adalah jenis bus yang pertama kali dirintis oleh PO. Beju. Semakin berkembangnya bisnis ini maka semakin bertambah pula jumlah armada yang dimiliki. Bukan saja hanya jumlah armada yang bertambah tetapi bisnis ini juga menambah haluan ke bus reguler dan shuttle.<sup>23</sup>

Rute bus reguler untuk saat ini melayani dari (dari arah timur) Jepara-Jakarta, Jepara-Merak, Jepara-Bogor, Jepara-Bandung, Jepara-Bali, ataupun sebaliknya dari arah barat.

---

<sup>22</sup> Rifqy Roosdhani, Manajer Pemasaran PO. Beju, wawancara pada 10 Agustus 2020, jam 10.00 WIB.

<sup>23</sup> Rofiuddin, Direktur Utama PO. Beju, wawancara pada 10 Agustus 2020, pukul 09.00 WIB.

Untuk shuttle rutenya saat ini baru ada dari Jepara ke Semarang atau sebaliknya dari Semarang ke Jepara. Jadwal pemberangkatan shuttle dalam sehari adalah sebagai berikut :

- a. Untuk pagi hari shuttle berangkat tiga kali yaitu pada pukul 04.30 WIB, 06.00 WIB, 08.15 WIB.
- b. Untuk siang hari shuttle berangkat tiga kali yaitu pada pukul 12.00 WIB, 13.00 WIB, 14.00 WIB.
- c. Sedangkan untuk bus malam berangkat pada jam 18.00 WIB.

Jumlah bus yang dimiliki PO. Bejeu ada sekitar 75 armada. Jumlah yang sedemikian banyaknya itu belum termasuk jumlah bus yang masih ada di karoseri. Sehingga jika ditotal jumlah keseluruhan armada hamper sekitar 100an armada yang dimiliki oleh PO. Bejeu.

Ada banyak sekali hal-hal yang dilakukan oleh PO. Bejeu dalam meningkatkan loyalitas pelanggan. Dari segi armada sendiri, PO. Bejeu menggunakan beberapa jenis mesin bus yaitu jenis Mercedes Benz, Golden Dragon, Hino, Scania dan yang paling terbaru Volvo.

Kemudian dari bentuk desain kursi duduk di dalam bus bermacam-macam. Untuk bus regular ada dua jenis yaitu *executive* dan VIP. Perbedaan dari dua jenis itu adalah untuk jenis *executive* dapat menampung sekitar 28 sampai 32 kursi duduk, sedangkan untuk VIP dapat menampung sekitar 36 kursi duduk. Bus regular jenis *executive* ini banyak diminati oleh penumpang yang berasal dari Jepara.<sup>24</sup>

Untuk konsumsi penumpang biasanya diberikan snack dan air mineral. Untuk bus malam disediakan makan malam. Untuk makan malam bus akan berhenti di rumah makan yang sudah bekerja sama dengan PO. Bejeu. Menu yang ditawarkan ada banyak macamnya, diantaranya opor ayam, nila bakar, telur, nasi goreng, dan lain-lain.

---

<sup>24</sup> Wawancara dengan Mas Agus (bagian ticketing), pada tanggal 20 Agustus 2020, pukul 17.00 WIB.

Fasilitas-fasilitas lainnya untuk mendukung kenyamanan pada armada PO. Bejeu serta untuk meningkatkan loyalitas pelanggan PO. Bejeu diantaranya, *coffee maker, power plug, hotspot on the bus, toilet, smoking area, air purifier, Bejeu track* dan *Bejeu online ticketing*.

Bukan hanya sekedar fasilitas yang diberikan perusahaan yang dapat meningkatkan loyalitas pelanggan, kenyamanan operasi mesin pun turut berperan penting. Agar bus mencapai tujuan dengan tepat waktu maka setiap bus yang beroperasi perlu sering diservis agar tidak terjadi kerusakan. Dari pihak PO. Bejeu menyarankan setiap 3 atau 4 PP (pulang pergi) perlu dilakukan pengecekan. Informasi salah satu *Crew* armada, bus diservis berupa ganti oli setiap 8 PP, reseling 3 kali oli mesin, ganggang 1 kali, dan untuk bus pariwisata ganti oli per 10.000 km.<sup>25</sup>

Setiap armada dilengkapi dengan tiga *Crew*, dua *Crew* sebagai supir dan satu *Crew* sebagai kernet. Pembagian operasi diatur sendiri oleh masing-masing *Crew*. Dilengkapi dengan dua supir ini dimaksudkan ketika nanti salah satu supir lelah, dapat digantikan dengan supir lainnya. Sehingga kenyamanan dan keselamatan pelanggan tetap terjaga.

PO. Bejeu memberikan layanan jasa transportasi berupa bus. Setiap bus dilengkapi dengan *air conditioner (AC), bed cover, leg rest, coffee maker, smoking area, power plug, toilet, bantal, wifi*.

Untuk kebersihan perlengkapan seperti bantal dan bed cover cukup membuat kenyamanan pelanggan. Hal ini sesuai dengan pernyataan salah satu pelanggan “ya kalau untuk bantal dan selimut lumayan wangi mas.”<sup>26</sup> Sedang untuk kebersihan toilet menurut pelanggan “ya tergantung busnya mas,

---

<sup>25</sup> Wawancara dengan *Crew* bus, pada tanggal 20 Agustus 2020, pukul 17.30 WIB.

<sup>26</sup> Wawancara dengan Mas Rozikin (pelanggan PO. Bejeu), pada tanggal 20 Agustus 2020, pukul 17.00 WIB.

ada yang jorok, bau, tetapi selama ini belum pernah nemuin.”<sup>27</sup>

Kebersihan bus terutama interiornya memang sangat perlu dijaga, karena ini sangat memengaruhi kenyamanan pelanggan. Pelanggan tidak hanya satu jam ataupun dua jam berada dalam bus tetapi lebih dari itu. Sehingga agar pelanggan tetap nyaman dan tidak kecewa dengan layanan bus, kebersihannya perlu dijaga, lebih-lebih untuk toilet, sering kali dari sumber inilah timbul aroma yang kurang sedap.

Sesepndapat dengan pelanggan sebelumnya, pelanggan lainnya juga berpendapat bahwa PO. Bejeu memang sangat menjaga kebersihan. Setiap berapa baris tempat duduk disediakan tempat sampah. Tinggal bagaimana pelanggan menggunakannya. Apakah akan membuang sampah pada tempat yang disediakan ataupun tidak.<sup>28</sup>

Untuk makan malam biasanya disediakan waktu setengah jam. Menu yang disediakan yaitu ayam goreng, sayur, telur, ikan, dan sebagainya. Untuk proses pengambilan makanan pelanggan antri dari urutan yang pertama kali masuk ke rumah makan. Setelah itu memberikan kupon yang ada di tiket kepada petugas rumah makan yang bersiaga di depan pintu masuk rumah makan. Setelah itu pelanggan dapat mengambil makanan dan minuman sendiri sesuai selera. Untuk lauk biasanya diambilkan oleh petugas rumah makan.

Kenyamanan operasi bus menurut pelanggan masih bisa dimaklumi. Terkadang ada bus yang mogok di jalan. Sehingga penumpang akan dialihkan ke bus yang lain. Menurut beberapa penumpang ini

---

<sup>27</sup> Wawancara dengan Pak Udin (pelanggan PO. Bejeu), pada tanggal 20 Agustus 2020, pukul 17.30 WIB.

<sup>28</sup> Wawancara dengan Mas Rozikin (pelanggan PO. Bejeu), pada tanggal 20 Agustus 2020, pukul 17.00 WIB.

wajar terjadi “kadang ada yang macet wajarlah menurut saya.”<sup>29</sup>

Tampilan bus PO. Bejeu berbeda dengan perusahaan otobus lainnya, dengan dominasi warna hitam dan livery corak merah-kuning atau corak hijau-biru dan disertai tulisan “*Elegant Black Bus with Colorfull Service*” menjadikan PO. Bejeu mudah diingat oleh pelanggan setianya dan membuat armada bus Bejeu semakin terlihat gagah.

Bukan hanya eksteriornya saja yang gagah, interiornya pun demikian. Perpaduan warna antara atap-atap, dinding-dinding bus, warna jok, dan fasilitas-fasilitas yang ada di dalamnya. Hal ini membuat kenyamanan pelanggan PO. Bejeu selama perjalanan.

Yang kedua yaitu harga (*price*), harga adalah keseluruhan nilai yang ditukarkan konsumen untuk mendapatkan keuntungan dari kepemilikan terhadap sebuah produk atau jasa.

Harga yang diterapkan berbeda-beda. Berikut ini tarif tiket bus PO. Bejeu:<sup>30</sup>

**Tabel 4.1. Harga Tiket PO. Bejeu**

JURUSAN (DARI-KE)	TARIF
Tangerang-Jepara	220.000 (Executive)
Tangerang-Semarang	220.000 (Executive)
Tangerang-Purwodadi	180.000 (VIP)
Jakarta-Semarang	220.000 (Executive)
Jakarta-Jepara	220.000 (Executive)

<sup>29</sup> Wawancara dengan Pak Udin (pelanggan PO. Bejeu), pada tanggal 20 Agustus 2020, pukul 17.30 WIB.

<sup>30</sup> Hasil dokumentasi data PO. Bejeu, pada tanggal 20 Agustus 2020.

Jakarta-Kudus	220.000 (Executive)
Jakarta-Purwodadi	180.000 (VIP)
Pulo Gebang-Jepara	180.000 (VIP)
Bogor-Semarang	230.000 (Executive)
Bogor-Jepara	230.000 (Executive)
Cibinong-Jepara	220.000 (Executive)
Cibinong-Semarang	220.000 (Executive)
Cileungsi-Pati	220.000 (Executive)
Bandung-Jepara	200.000 (Executive)
Merak-Jepara	250.000 (Executive)
Jepara-Denpasar	280.000 (Executive)
Semarang-Denpasar	280.000 (Executive)
Kudus-Denpasar	280.000 (Executive)

Dalam menetapkan harga tiket ada beberapa faktor yang mempengaruhi, diantaranya:

- a. Menyesuaikan dengan bahan bakar
- b. Fasilitas dan layanan
- c. Jumlah seat atau tempat duduk

Ketika musim liburan tiba atau *long weekend* harga tiket naik. Hal ini sesuai dengan hukum pasar “jika permintaan naik maka harga barang naik, dan jika permintaan turun harga barang turun.” Selisih harga yang ditetapkan sekitar Rp.100.000-200.000 untuk tarifnya di waktu *long weekend*.

Harga yang ditetapkan oleh PO. Bejeu kebanyakan disamakan dengan harga pesaing, tetapi ada rute tertentu yang harganya berbeda dengan pesaing dan ini pastinya sudah ada pertimbangan yang matang oleh PO. Bejeu mengapa menerapkan demikian. Sesuai pernyataan pelanggan “Bejeu kayaknya lebih murah Rp 20.000an, karena saya dari

Pulo Gebang naik PO lain sekitar Rp 200.000 sini Rp 180.000.”<sup>31</sup>

Yang ketiga yaitu promosi, yang di maksud dengan komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang di tawarkan perusahaan yang bersangkutan.

Untuk strategi promosi, PO. Bejeu memanfaatkan *e-ticketing* untuk melakukan penjualan tiket melalui aplikasi yang bisa didownload melalui playstore atau diakses melalui website [www.bejeu/tiket.com](http://www.bejeu/tiket.com). Selain itu PO. Bejeu juga melakukan strategi promosi melalui grup facebook “*Black Bus Community*”.

Yang keempat yaitu *place* (tempat), keputusan menentukan lokasi dan saluran yang digunakan untuk memberikan jasa kepada pelanggan melibatkan pemikiran tentang bagaimana cara mengirimkan atau menyampaikan jasa kepada pelanggan dan dimana hal tersebut akan dilakukan.

Selain melayani penjualan tiket secara online, PO. Bejeu juga melakukan penjualan tiket secara *offline* atau secara konvensional.

Berikut ini beberapa daftar agen penjualan tiket PO. Bejeu di beberapa wilayah:<sup>32</sup>

**Tabel 4.2. Daftar Agen dan No. Telp PO. Bejeu di wilayah Jepara**

NO	JEPARA	NO. HP
1	Kelet	085 290 398 419
		085 225 381 252

<sup>31</sup> Wawancara dengan Pak Udin (pelanggan PO. Bejeu), pada tanggal 20 Agustus 2020, pukul 17.30 WIB.

<sup>32</sup> Hasil dokumentasi data PO. Bejeu pada tanggal 20 Agustus 2020.

2	Tanggulasi	082 235 350 249
3	S. Oyot	081 325 963 440
4	Keling	085 326 477 989
5	Sebagor	085 385 761 974
6	Kembang	085 225 499 420
7	Bangsri	081 325 937 900
		085 326 844 447
8	Krasak	082 328 836 447
9	TPK Krasak	085 229 255 441
10	Mloggo	085 290 559 816
11	Demeling	081 340 902 691
12	Mambak	081 263 290 854
13	Bandengan	085 326 022 036
14	Mulyoharjo	081 325 201 119
15	Pengkol	085 200 158 705
16	Term. Jepara	081 390 409 436
		087 731 007 718
17	Trio Pemuda	081 263 290 853
18	Saripan	081 249 683 012
19	Krapyak	082 242 506 808
20	Mantingan	085 229 311 100
21	Batealit	082 135 321 166
22	Ngabul	082 326 256 050
23	Bugel	082 137 337 658
24	Pecangaan	081 337 458 522
		082 138 912 828
25	Purwogondo	085 228 423 271
26	Gotri	085 293 311 543
27	Welahan	081 325 508 788
		085 328 351 978
28	Mayong	082 327 171 200

	085 290 071 716
--	-----------------

**Tabel 4.3. Daftar Agen dan No. Telp  
PO. Bejeu di wilayah Pati**

NO	PATI	NO. HP
1	Sirahan	082 322 095 090
2	Ngablak	081 326 252 989
3	Cluwak	085 249 682 572
4	Tayu	081 325 717 068
		085 329 707 425
5	Kajen	085 201 792 641
6	Wedari	085 329 709 387
		085 326 284 388
7	Pati	081 326 051 603
		082 134 347 170

**Tabel 4.4. Daftar Agen dan No. Telp  
PO. Bejeu di wilayah Kudus**

NO	KUDUS	NO. HP
1	Jetak	085 327 677 071
		085 640 642 164
2	Gebog	082 322 579 696
3	Term. Kudus	081 575 118 460
		085 327 768 138
		085 327 779 078
		081 325 671 943
		082 133 838 643
4	Payaman	082 134 065 836

**Tabel 4.5. Daftar Agen dan No. Telp  
PO. Bejeu di wilayah Demak**

NO	DEMAK	NO. HP
1	Gajah	082 133 939 444
2	Trengguli	081 390 715 009
3	Demak Pecinan	081 228 68 60
		087 831 319 934
4	Term. Demak	081 325 424 571
		081 225 408 408
5	Buyaran	085 239 006 456
6	Wonokerto	085 225 069 279

**Tabel 4.6. Daftar Agen dan No. Telp  
PO. Bejeu di wilayah Semarang**

NO	SEMARANG	NO. HP
1	Kali Banteng	081 228 128 602
2	Krapyak	082 242 506 808
3	Mangkang	024 703 371 82

**Tabel 4.7. Daftar Agen dan No. Telp  
PO. Bejeu di wilayah Kendal**

NO	KENDAL	NO. HP
1	Kendal Kota	085 226 854 890
		082 226 420 881

**Tabel 4.8. Daftar Agen dan No. Telp  
PO. Bejeu di wilayah Jakarta**

NO	JAKARTA	NO. HP
1	Pulo Gebang	081 381 909 073
		085 311 530 273
		081 386 308 082
2	Rawamangun	085 287 273 741
		081 219 571 474
		081 291 330 338
3	Mangga Besar	081 326 505 469
		087 876 766 755
4	Lebak Bulus	081 210 107 671
		081 310 430 355
		081 290 969 369
5	Ps. Induk Kramat Jati	081 281 078 553
6	Kali Deres	081 311 142 365
7	Kapuk	082 113 149 677
8	Rawa Buaya	085 212 385 327
		085 281 069 641
9	Grogol	085 284 194 452
		081 214 123 894
		087 888 036 835
10	Kebayoran	082 111 105 599
		085 719 858 989
		081 398 479 201

**Tabel 4.9. Daftar Agen dan No. Telp  
PO. Bejeu di wilayah Bogor**

NO	BOGOR	NO. HP
1	Semua wilayah Bogor	081 385 628 446
		081 517 663 446
2	Tajur Pool Pelangi	081 389 955 752
3	Term. Baranang Siang	081 316 675 672
4	Bubulak	081 382 653 278
5	Warung Jambu	081 311 026 807
		081 583 674 75
6	Pomad	085 210 006 860
7	Kandang Roda	081 316 806 266
8	Cibinong	081 389 533 532
		085 217 370 270
9	Simpang Depok	081 315 931 636
		081 359 853 870
10	Pal Kelapa Dua	081 287 020 148
		085 311 210 292
11	Cijantung	081 210 394 120
12	Cileungsi	081 315 919 473
		081 398 326 962
13	Cicadas/Gunung Putri	081 388 406 882
14	Citeureup	082 122 114 144
		085 288 022 505
15	Jagorawi	081 386 344 04

**Tabel 4.10. Daftar Agen dan No. Telp  
PO. Beju di wilayah Tangerang**

NO	TANGERANG	NO. HP
1	Term. Lembang Ciledug	081 316 728 470
		081 381 293 007
		089 508 798 707
2	Terminal Poris	082 111 188 503
3	Pasar Kemis	081 385 981 627
		081 389 576 543
4	Bitung	081 280 772 116
5	Jatake	081 385 981 627
6	BSD Nongko	081 388 058 789
7	BSD Tito	081 295 939 073
		082 122 230 473

**Tabel 4.11. Daftar Agen dan No. Telp  
PO. Beju di wilayah Bekasi**

NO	BEKASI	NO. HP
1	Jati Asih	085 385 380 567
2	Bekasi Timur	081 398 883 819
		081 219 520 667
3	Cikarang Barat	081 245 481 212
4	Karawang Barat	081 285 894 37
5	Terminal Klari	085 282 172 888
6	Dawuan	082 112 672 367
7	Cikopo	081 385 417 288

Dengan banyaknya jumlah agen yang dimiliki oleh PO. Bejeu diharapkan dapat memudahkan pelanggan membeli tiket bus Bejeu. Selain itu dimaksudkan untuk meningkatkan kepuasan serta loyalitas pelanggan.

Menurut Mas Agus (selaku petugas bagian *ticketing*), pembayaran pesanan tiket untuk berangkat hari itu (di hari pemesanan tiket diajukan), pelunasan pembayarannya dimaksimalkan sampai jam 17.00 sore. Pembayaran dilakukan sewaktu pengambilan tiket.<sup>33</sup>

Begitupun dengan pemesanan bus pariwisata, melayani pemesanan via telepon. Untuk pelunasan pembayarannya dimaksimalkan H-3. PO. Bejeu juga memberikan kelonggaran waktu pelunasan yaitu sampai H-1 untuk pelanggan-pelanggan tertentu seperti pelanggan-pelanggan yang sudah memiliki kepercayaan dan hubungan baik dengan PO. Bejeu.

Alasan beberapa pelanggan membeli tiket di kantor karena letaknya memang dekat dengan rumah pelanggan. Yang paling dekat ada sekitar lima menit sampai kantor. Sesuai dengan pernyataan pelanggan berikut ini “menguber waktu sih mas, karena dekat dengan rumah.”<sup>34</sup> Dan lainnya “dekat dengan rumah, paling ngebut-ngebutnya lima menit dari rumah.”<sup>35</sup>

Pembelian tiket PO. Bejeu sangat mudah. Banyak agen yang menjual tiket PO. Bejeu. Tidak hanya untuk kawasan timur, dari barat pun demikian. Berikut pernyataan salah satu pelanggan “ya tidak susahlah mas, di sana kalau pulang ya pakai Bejeu, tempat beli tiketnya juga dekat.”<sup>36</sup>

---

<sup>33</sup> Wawancara dengan Mas Agus (Bagian *Ticketing*), pada tanggal 22 Agustus 2020, pukul 17.00 WIB.

<sup>34</sup> Wawancara dengan Pak Udin (pelanggan PO. Bejeu), pada tanggal 20 Agustus 2020, pukul 17.30 WIB.

<sup>35</sup> Wawancara dengan Mas Rozikin (pelanggan PO. Bejeu), pada tanggal 20 Agustus 2020, pukul 17.30 WIB.

<sup>36</sup> Wawancara dengan Pak Udin (pelanggan PO. Bejeu), pada tanggal 20 Agustus 2020, pukul 17.30 WIB.

### 3. Kendala Peran Layanan Bejeu *Online Ticketing* Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan pada PO. Bejeu Jepara

Kendala merupakan hal yang sering ditemui oleh sebuah perusahaan dalam merancang atau mengaplikasikan sebuah strategi untuk pemasarannya. Oleh karena itu, suatu perusahaan dituntut untuk dapat langsung segera menentukan solusi untuk memecahkan kendala yang ditemui oleh perusahaan tersebut. Ada beberapa kendala yang ditemui oleh perusahaan otobus Bejeu dalam menerapkan Bejeu *Online Ticketing*.

Hal ini sesuai dengan yang diutarakan oleh Bapak Rifqy Roosdhani selaku manajer pemasaran PO. Bejeu mengenai kendala PO. Bejeu dalam menerapkan *online ticketing* atau *e-ticketing*.

“Kendala yang sering dialami seperti sistem reservasi Bejeu *e-ticketing* error. Jadi, terkadang pelanggan banyak yang komplain dengan layanan tersebut, karena disaat mereka sedang ingin melakukan pemesanan tiba-tiba tidak dapat mengakses ke tahap berikutnya”<sup>37</sup>.

Selain kendala sistem reservasi yang error, ada beberapa kendala lainnya dalam menerapkan *e-ticketing* untuk pemesanan tiket PO. Bejeu. Berikut adalah beberapa kendala lainnya dalam Peran Layanan *e-ticketing* :

- a. Tidak semua orang mengerti tentang internet, artinya belum bisa mengoperasikan internet itu sendiri.
- b. Keterbatasan pihak PO. Bejeu dalam memasarkan tiketnya secara *online*.
- c. Tidak semua orang mengetahui tentang bagaimana caranya memesan tiket secara *online*.
- d. Tidak semua orang mengetahui dan faham betul tentang *e-ticketing*.

---

<sup>37</sup> Wawancara dengan Pak Rifqy Roosdhani (Manajer Pemasaran PO. Bejeu), pada tanggal 10 Agustus 2020, pukul 10.00 WIB.

Berdasarkan hasil penelitian dapat dianalisis bahwa solusi PO. Bejeu dalam menerapkan Bejeu online ticketing sudah sesuai dengan teori pemasaran bahwa dalam menjalankan sebuah usaha, pasti terdapat kendala yang dialami, namun demikian, PO. Bejeu selalu memiliki solusi untuk mengatasi kendala Peran Layanan Bejeu ticketing online. Sebagaimana pernyataan Bapak Rifqy Roosdhani selaku Manajer pemasaran PO. Bejeu Jepara, bahwa untuk mengatasi kendala dalam Peran Layanan Bejeu ticketing online intinya dari kami PO. Bejeu selalu memberikan yang terbaik untuk pelanggan dan selalu menjaga kepuasan serta loyalitas pelanggan. Misal memberikan harga yang sesuai, pelayanan yang ramah dan fasilitas yang menarik, yang terpenting berusaha untuk lebih baik lagi, lebih maju dan berdo'a agar setiap usaha dilancarkan olehNya.

Selain itu untuk mengatasi kendala yang timbul dalam Peran Layanan e-ticketing yang berkaitan dengan ketidaktahuan pelanggan akan Peran Layanan e-ticketing maka PO. Bejeu menggunakan sarana promosi kepada pelanggannya agar mereka dimudahkan dalam mendapatkan tiket dan lebih praktis dibanding mereka memesan tiket kepada agen. PO. Bejeu mempromosikan Bejeu e-ticketing ke berbagai komunitas atau grup yang sesuai dengan target pasarnya agar nanti minat penggunaan Bejeu e-ticketing dapat meningkat dari sebelum-sebelumnya.

Hal ini sesuai dengan apa yang diutarakan oleh Bapak Rifqy Roosdhani.

“Sejak pertama kali Bejeu menerapkan e-ticketing, sebenarnya masih sedikit peminatnya dari para pelanggan. Mungkin ini disebabkan pada saat itu belum gencar mempublikasikan mengenai Bejeu e-ticketing. Jadi pada akhirnya kami melakukan promosi ke media sosial di internet, seperti facebook

dan lain-lain, dan kami promosikan juga ke berbagai komunitas”.<sup>38</sup>

## C. PEMBAHASAN

### 1. Peran Layanan Bejeu Online Ticketing pada PO. Bejeu Jepara

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat dianalisis bahwa Peran Layanan Bejeu *Online Ticketing* pada PO. Bejeu untuk meningkatkan loyalitas pelanggan telah sesuai dengan teori segmentasi pasar menurut Tjiptono, bahwa strategi pemasaran dilakukan melalui tiga tahapan utama yaitu penempatan segmentasi pasar berdasarkan demografi, geografi, dan psikografi, menetapkan pasar sasaran berdasarkan rute yang dilalui oleh PO. Bejeu serta penempatan produk melalui pengembangan bauran pemasaran melalui promosi dan diskon harga pada hari-hari tertentu.

Segmentasi pemasaran berbasis Peran Layanan Bejeu *Online Ticketing* untuk pemesanan tiket yang telah dilakukan pemilik perusahaan sudah logis dan rasional serta sudah sesuai dengan teori antropologi Saint Simon dan Auguste Comte<sup>39</sup> yang menyebutkan bahwa perilaku seorang individu dipengaruhi oleh lingkungan di sekitarnya, sehingga dalam hal ini pelaksanaan strategi pemasaran berbasis Peran Layanan e-ticketing pada PO. Bejeu Jepara yang telah dilakukan oleh perusahaan dengan melihat pengaruh dari lingkungan sekitar yang berupa kemajuan teknologi dan informasi menjadikan perusahaan berinovasi dengan memanfaatkan kemajuan teknologi tersebut.

---

<sup>38</sup> Wawancara dengan Pak Rifqy Roosdhani (Manajer Pemasaran PO. Bejeu), pada tanggal 10 Agustus 2020, pukul 10.00 WIB.

<sup>39</sup> Koentjaraningrat, *Pengantar Ilmu Antropologi*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2000), 27.

Berikut penjelasan masing-masing tahapan strategi pemasaran dengan Peran Layanan Bejeu *Online Ticketing* di PO. Bejeu Jepara.

a. Segmentasi

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Rofiuddin selaku owner PO. Bejeu mengenai segmentasi pasar, bahwa segmentasi pasar PO. Bejeu adalah semua kalangan dan semua lapisan masyarakat.

Segmentasi adalah cara memandang suatu pasar menjadi beberapa pasar secara kreatif, untuk mengidentifikasi dan menggambarkan dengan tepat kesempatan yang berkembang di pasar. Segmentasi pasar adalah strategi pemasaran yang pertama dan merupakan langkah awal yang menentukan hidup perusahaan<sup>40</sup>. Dalam hal ini segmentasi pasar PO. Bejeu Jepara berdasarkan pada tiga segi segmentasi yaitu : segmentasi berdasarkan geografis atau wilayah, segmentasi berdasarkan demografis, dan segmentasi berdasarkan psikografis.<sup>41</sup>

b. Targeting

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Rofiuddin selaku owner PO. Bejeu Jepara mengenai target pasar mereka adalah semua kalangan, mulai dari kalangan bawah sampai kalangan atas. Sekarang pengguna jasa transportasi tidak hanya kalangan tertentu saja, semua lapisan masyarakat juga menggunakan jasa transportasi tapi dalam targetingnya PO. Bejeu juga menasar kalangan yang gemar melakukan perjalanan darat dengan menggunakan jasa transportasi bus khususnya yang sering melakukan perjalanan ke daerah

---

<sup>40</sup> Siti Khotijah, *Smart Strategy Of Marketing*, (Bandung: Alfabeta, 2004), 14.

<sup>41</sup> Wawancara dengan Bapak Rofiuddin (Owner PO. Bejeu), pada tanggal 10 Agustus 2020, pukul 09.00 WIB.

Jakarta-Semarang-Demak-Kudus-Jepara atau sebaliknya.<sup>42</sup>

Setelah melakukan segmentasi, perusahaan melakukan pemilihan segmen atau segmen-segmen yang akan dimasuki. Segmen inilah yang disebut *targeting*, dan dengan *targeting* ini berarti upaya menempatkan sumber daya perusahaan secara berdaya guna, karena itu *targeting* ini sering disebut *fitting strategy* atau strategi ketepatan. Yang menjadi *targeting* di PO. Bejeu Jepara adalah kalangan yang gemar melakukan perjalanan darat dengan menggunakan jasa transportasi bus.

c. *Positioning*

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Rofiuddin selaku owner PO. Bejeu Jepara mengenai penempatan posisi produk PO. Bejeu jepara adalah bus dengan tampilan bentuk yang elegant dengan cat berwarna hitam dengan dilengkapi fasilitas yang mewah, seperti wifi, coffee maker, AC, DVD, dll dan pelayanan yang prima dari crew sehingga memanjakan para pelanggannya selama perjalanan. Maka dari itu, PO. Bejeu memiliki tagline “*Elegant Black Bus with Colorfull Service*”.<sup>43</sup>

Setelah pemetaan dan penempatan, perusahaan harus memastikan keberadaannya diingatan pelanggan dalam pasar sasaran. Karena itu, strategi *positioning* ini disebut *being strategy* atau strategi keberadaan. Dalam hal ini *positioning* PO. Bejeu Jepara memposisikan armada busnya berbeda dengan yang lain dengan melakukan upaya-upaya variasi warna armada berwarna hitam dan melakukan penambahan

---

<sup>42</sup> Wawancara dengan Bapak Rofiuddin (Owner PO. Bejeu), pada tanggal 10 Agustus 2020, pukul 09.00 WIB.

<sup>43</sup> Wawancara dengan Bapak Rofiuddin (Owner PO. Bejeu), pada tanggal 10 Agustus 2020, pukul 09.00 WIB.

fasilitas-fasilitas yang sesuai dengan selera dan keinginan masyarakat.

Hal-hal yang membedakan antara PO. Bejeu Jepara dengan perusahaan otobus lainnya yaitu pada pemilihan warna hitam sebagai identitas warna armada bus PO. Bejeu dan fasilitas layanan yang khas di setiap armada busnya. Dalam pasar sasaran yang dipilih, hendaknya perusahaan melakukan positioning bagi produknya guna menghadapi persaingan. Agar dapat berhasil dalam suatu masyarakat yang over, perusahaan apapun harus menciptakan suatu posisi dalam bentuk atau pikiran prospeknya. Pikiran merupakan benteng terakhir melawan komunikasi sebagai tempat menyaring, menerima, menolak informasi yang ditawarkan, bila dibenak atau pikiran sudah terbentuk, maka sulit untuk meruntuhkannya.

Dengan demikian peranan positioning merupakan suatu system yang terorganisir dalam upaya menemukan sebuah celah di dalam pikiran atau benak seseorang. System ini didasarkan konsep bahwa komunikasi bisa berfungsi dengan baik pada saat yang tepat, pada situasi yang tepat dalam pikiran orang.<sup>44</sup>

Peran Layanan Bejeu *Online Ticketing* pada PO. Bejeu adalah strategi pemasaran yang merupakan sebuah fasilitas atau layanan pemesanan tiket bus yang tujuannya memudahkan para pelanggan atau pengguna jasa PO. Bejeu dalam pembelian tiket, yang mana layanan pembelian tiket ini menggunakan sistem *online* layaknya *travel agent* maskapai penerbangan. Selain itu juga, sistem ini dapat diakses melalui *smartphone*, bahkan sudah membuat aplikasi tersendiri pada android system dan IOS.

---

<sup>44</sup> Nembah F. Hartimbul Ginting, *Manajemen Pemasaran*, (Bandung: Yrama Widya, 2011), 294.

PO. Bejeu menjadikan e-ticketing sebagai sarana pemasarannya dikarenakan para perusahaan otobus saat ini kebanyakan masih menggunakan sistem reservasi tiket manual khususnya yang melayani trayek regular. PO. Bejeu menerapkan e-ticketing untuk memasarkan tiketnya yaitu untuk meningkatkan pelayanan kepada pelanggan serta bertujuan agar para pelanggan nantinya *aware* dan loyal terhadap PO. Bejeu.

## 2. Peran Layanan Bejeu *Online Ticketing* untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan pada PO. Bejeu Jepara

Berdasarkan hasil penelitian dapat dianalisis bahwa strategi pemasaran dengan menerapkan sistem pemesanan tiket secara online atau e-ticketing dapat meningkatkan loyalitas pelanggan, terbukti dengan meningkatnya penjualan tiket PO. Bejeu dan meningkatnya pengguna layanan Bejeu e-ticketing.

PO. Bejeu Jepara dalam meningkatkan loyalitas pelanggan melalui sebuah pelayanan Bejeu *Online Ticketing* yang diberikan memerlukan faktor pendukung. Faktor pendukung dibagi menjadi dua, yaitu:<sup>45</sup>

- a. Faktor dari dalam yang mendukung kualitas pelayanan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan PO. Bejeu Jepara.

### 1) Kemudahan prosedur pemesanan

Salah satu dasar pelayanan dalam Peran Layanan e-ticketing pada PO. Bejeu Jepara adalah menciptakan loyalitas pelanggannya dengan dibentuknya kemudahan prosedur pemesanan tiket. Dalam memberikan pelayanan yang berkaitan dengan pemesanan tiket

---

<sup>45</sup> Wawancara dengan Bapak Rifqy Roosdhani (Manajer Pemasaran PO. Bejeu), pada tanggal 10 Agustus 2020, pukul 10.00 WIB.

hendaknya dibuat prosedur yang ada dibuat sesederhana mungkin mengingat pelanggan PO. Bejeu Jepara secara keseluruhan merupakan orang dengan mobilitas tinggi jadi pelayanan pemesanan tiket dibentuk semudah mungkin. Kemudahan ini mengandung arti bahwa prosedur atau tata cara pemesanan tiket diselenggarakan secara mudah, lancar, cepat, tepat, tidak berbelit-belit, mudah dipahami dan dilaksanakan. Hal ini dibuktikan dengan tersedianya banyak agen-agen PO. Bejeu yang tersebar diberbagai kota sehingga memudahkan proses dalam pemesanan tiket. Selain melalui agen-agen, pembelian tiket juga dapat dilakukan dengan melalui pemesanan online yang bisa diakses melalui website ataupun bisa diakses melalui aplikasi yang dapat didownload di playstore.

- 2) Sistem pembayaran yang semakin mudah  
Mulanya pembelian tiket secara manual mengharuskan pelanggan untuk langsung datang ke agen terdekat atau ke terminal untuk melakukan pembayaran. Seiring berjalannya waktu dan teknologi yang semakin canggih PO. Bejeu Jepara memanfaatkan teknologi tersebut untuk mempermudah pembayaran pemesanan tiket PO. Bejeu Jepara.
- 3) Memberikan solusi terhadap pelanggan yang mengalami keluhan  
PO. Bejeu Jepara juga memberikan solusi terbaik bagi para pelanggannya. Sebagaimana hasil wawancara dengan Bapak Rifqy Roosdhani selaku Manajer Pemasaran PO. Bejeu menyatakan bahwa PO. Bejeu akan menanggapi keluhan yang disampaikan pelanggan melalui grup facebook yang dibuat untuk para pelanggan PO. Bejeu.

Senada dengan apa yang diungkapkan oleh Mas Rozikin selaku pelanggan PO. Bejeu Jepara, yang menyatakan bahwa selama ini jika ada keluhan mengenai armada maupun pelayanan PO. Bejeu Jepara dapat disampaikan melalui grup facebook Black Bus Community yang dikelola oleh team admin PO. Bejeu Jepara, sehingga pihak manajemen bisa mengetahui kekurangan pelayanan dan memperbaikinya di kemudian hari.<sup>46</sup>

Hal ini telah membuktikan bahwa PO. Bejeu Jepara memberikan pelayanan yang dapat memberikan solusi terhadap pelanggannya yang mengalami kesulitan/keluhan.

### **3. Kendala Peran Layanan Bejeu Online Ticketing Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan pada PO. Bejeu**

Berdasarkan hasil penelitian, dapat dianalisis bahwa kendala Peran Layanan Bejeu e-ticketing untuk meningkatkan loyalitas pelanggan pada PO. Bejeu Jepara yaitu sistem pemesanan yang terkadang sering error merupakan kendala yang dihadapi oleh PO. Bejeu dalam menerapkan e-ticketing. Sebagaimana pernyataan Bapak Rifqy Roosdhani selaku manajer pemasaran PO. Bejeu Jepara, bahwa pasti setiap usaha ada kendala dalam melaksanakan setiap proses. Apalagi dalam strategi pemasaran tiket melalui Bejeu ticketing online. Karena terkadang sistem yang error menyulitkan pelanggan dalam pemesanan tiket melalui online.

Semakin banyak perusahaan memilih jenis pasar sasaran maka jenis pemasaran dapat membantu perusahaan untuk mengidentifikasi peluang pasar dengan baik. Dengan demikian, perusahaan dapat

---

<sup>46</sup> Wawancara dengan Mas Rozikin, pelanggan PO. Bejeu, pada tanggal 15 Agustus 2020, pukul 17.00 WIB.

mengembangkan produk yang tepat, serta mampu menyesuaikan harga, saluran distribusi dan periklanan bagi masing-masing pasar target dengan efisien. Tujuan dari segmentasi pasar itu sendiri yaitu merancang pesan pemasaran sesuai dengan kebutuhan yang spesifik dari setiap konsumen tersebut agar dapat melakukan prioritas, titik berat atau konsentrasi usaha pemasaran dan mendorong pembagian untuk mendapatkan keuntungan kompetitif dari segmen pasar tersebut. Segmentasi pasar berguna untuk mendorong pertumbuhan baik untuk jangka pendek maupun jangka panjang perusahaan dalam memasarkan produknya.

Etika bisnis merupakan Peran Layanan tanggung jawab sosial suatu bisnis yang timbul dari dalam perusahaan itu sendiri. Bisnis akan selalu berhubungan dengan masalah-masalah etika dalam melakukan kegiatannya sehari-hari. Hal ini dapat dipandang sebagai etika pergaulan bisnis. Seperti halnya dengan manusia pribadi juga memiliki etika pergaulan antar manusia akan terjadi pergaulan atau hubungan antara anak dengan orang tua, antara seseorang dengan tetangganya. Etika pergaulan bisnis dapat meliputi beberapa hal antara lain adalah hubungan antara bisnis dengan langganan atau konsumen, hubungan dengan karyawan, hubungan antar bisnis, hubungan dengan investor, hubungan dengan lembaga-lembaga keuangan.<sup>47</sup>

Etika bisnis merupakan ilmu yang dibutuhkan banyak pihak tetapi masih bersifat problematis dari sisi metodologis. Ilmu ini dibutuhkan untuk merubah performen dunia bisnis yang dipenuhi oleh praktik-praktik mal-bisnis.<sup>48</sup> Etika bisnis merupakan keharusan dan etika dapat menyatu dengan dunia bisnis. Tanpa etika, dunia bisnis akan menjadi sebuah struktur kehidupan yang tersendiri dan menjadi dunia yang “hitam”.

---

<sup>47</sup> Indriyo Gitosudarmo, *Manajemen Strategis*, (Yogyakarta: BPFE Yogyakarta, 2001), 176.

Secara umum, Islam mengarahkan mekanisme berbasis moral spiritual dalam pemeliharaan keadilan sosial pada setiap aktivitas ekonomi. Latar belakangnya karena ketidakseimbangan distribusi kekayaan adalah hal yang mendasari hampir semua konflik individu maupun sosial. Upaya pencapaian manusia akan kebahagiaan, membimbing manusia untuk menerapkan keadilan ekonomi yang dapat menyudahi kesengsaraan di muka bumi ini. Hal tersebut akan sulit dicapai tanpa adanya keyakinan pada prinsip moral dan sekaligus kedisiplinan dalam mengimplementasikan konsep moral tersebut. Ini adalah fungsi dari menerjemahkan konsep moral sebagai faktor endogen dalam perekonomian, sehingga etika ekonomi menjadi hal yang sangat mendasar untuk dapat mengalahkan setiap kepentingan pribadi

