

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Data Penelitian

1. Sejarah Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek

Gambar 4.1

Logo Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek



Sumber: Data Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek Tahun 2020

Perusahaan Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek didirikan oleh Bapak Maridi pada tahun 2005, beliau merupakan anak petani desa. Tetapi karena beliau tidak mau meneruskan pekerjaan orang tuanya sebagai petani, beliau berinisiatif untuk membuka usaha sendiri di bidang biro travel dan jasa transportasi. Beliau mendapatkan modal dari orang tuanya dari hasil menjual sebidang lahan pertanian untuknya. Usaha tersebut dianggap beliau sebagai usaha yang menjanjikan disaat perusahaan-perusahaan serupa belum banyak ada khususnya diwilayah Kecamatan Tugu.

Di awal pendirian Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek hanya memiliki dua buah elf, dan memiliki kantor yang digunakan untuk

tempat pemesanan travel ataupun agen tiket pesawat dan kapal laut tujuan dalam maupun luar negeri. Dari usaha yang mulai dirintis tersebut, lambat laun usaha yang dilakukan semakin berkembang, penambahan unit armada-armada baru dilakukan guna untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang semakin meningkat. Jaringan agen tiket juga semakin diperluas untuk memenuhi segala kebutuhan konsumen. Hingga akhirnya usaha tersebut diamanahkan kepada anak beliau yang bernama Bapak Arifin yang menjalankan usaha Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek. Dan sampai sekarang perusahaan Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek terus berkembang dan memiliki 2 unit bus, 2 unit elf, dan 2 unit mobil penumpang mini. Dari usahanya tersebut berdampak dengan semakin majunya usaha pariwisata di Trenggalek khususnya di wilayah Tugu.

Dengan perusahaan yang ada saat ini tentunya beliau masih menginginkan usaha yang semakin berkembang dan dapat selalu bermanfaat untuk masyarakat sekitar untuk mempermudah urusan pemesanan tiket pesawat ataupun kebutuhan armada bus yang dapat digunakan untuk berwisata maupun acara yang lain. Tidak dilupakan juga bagaimana perusahaan tersebut menghadapi segala kemungkinan karena perkembangan zaman, dibutuhkan strategi untuk mempertahankan kualitas dan kepercayaan masyarakat serta

mengembangkan perusahaan sehingga menjadi perusahaan tour & travel terbesar di Kecamatan Tugu.¹²⁹

Visi dan Misi

Visi :

Menjadi perusahaan yang memberi pelayanan yang prima terhadap konsumen, serta peduli terhadap karyawan, lingkungan dan masyarakat.

Misi :

- 1) Memberi kenyamanan dan keamanan kepada penumpang dengan armada dan crew yang terbaik.
- 2) Meningkatkan kepuasan pelanggan dengan menetapkan kualitas layanan yang terbaik.¹³⁰

2. Letak Geografis Objek Penelitian

Penelitian berupa skripsi ini merupakan studi kasus yang dilakukan di Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek yang terletak di Jalan Raya Nglongsor-Karangan, Tugu, Trenggalek.

3. Landasan Hukum

- 1) Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan angkutan Jalan;
- 2) Peraturan Pemerintah Nomor 41 Tahun 1993 tentang Angkutan Jalan;

¹²⁹ Wawancara dengan Bapak Arifin selaku pengelola Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek, pada tanggal 30 November 2021

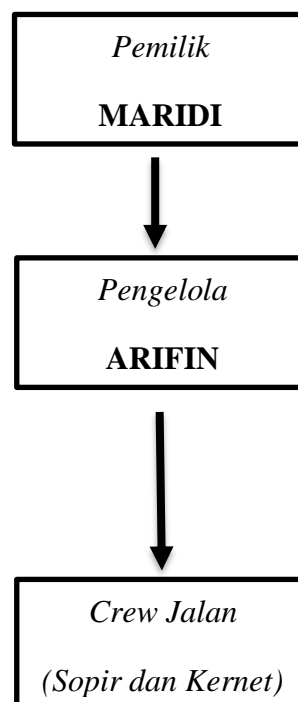
¹³⁰ Wawancara dengan Bapak Arifin selaku pengelola Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek, pada tanggal 30 November 2021

- 3) Keputusan Menteri Perhubungan Nomor 35 Tahun 2003 tentang Penyelenggaraan Angkutan Orang dengan Kendaraan Umum;
4. Struktur Organisasi Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek

Setiap organisasi mempunyai tujuan yang telah direncanakan dan ditetapkan. Langkah utama dalam mencapai tujuan tersebut adalah dengan merumuskan struktur organisasi yang sesuai dengan kondisi dan kebutuhan organisasi. Adapun struktur organisasi pada Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek adalah sebagai berikut:

Bagan 4.1

Struktur Organisasi Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek



Sumber: Data Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek Tahun 2020

- 1) Pemilik, disini beliau sebagai orang yang memiliki atau pemimpin perusahaan Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek. Beliau memiliki kewenangan tentang semua hal didalam perusahaan.
 - 2) Pengelola, disini beliau sebagai orang yang diberi mandat untuk menjalankan perusahaan ini, namun tetap sesuai dengan perintah sang pemilik perusahaan.
 - 3) Crew jalan, bertugas menjalankan armada untuk memenuhi kebutuhan kosumen.
5. Produk-produk Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek
- a. Rental Mobil (avanza)
 - b. Ziaroh wali
 - c. Tiket pesawat & kapal laut
 - d. Tiket Bus Rosalia Indah
 - e. Antar jemput Perak Juanda
 - f. Travel Trenggalek-Surabaya
 - g. Charter Avanza, Inova, Elf, Bus
 - h. DLL.¹³¹
6. Peta Persaingan.

Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek terletak di desa Nglongsor, kecamatan Tugu, kabupaten Trenggalek. Didaerah tersebut khususnya kecamatan Tugu terdapat 3 perusahaan pesaing yang menjalankan usaha dibidang penyewaan bus pariwisata, ketiganya ialah

¹³¹ Wawancara dengan Bapak Arifin selaku pengelola Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek, pada tanggal 30 November 2021

Agus Tour & Travel, WHY Tour, dan NJA Trans. Ketiga perusahaan tersebut berdiri diwaktu yang tidak bersamaan, ada yang sebelum ataupun sesudah Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek Untuk itu strategi pemasaran harus terus dilakukan guna menarik dan mempertahankan konsumen. Menyediakan kondisi armada yang terbaik akan lebih dilirik oleh calon konsumen, jumlah ketersediaan armada juga bisa mempermudah memenuhi kebutuhan konsumen serta penawaran harga yang bersaing sesuai dengan fasilitas dan pelayanan yang ditawarkan.

B. Hasil Temuan

Temuan penelitian ini merupakan segala bentuk hasil temuan yang diperoleh peneliti menggunakan metode-metode yang telah dipaparkan di bab sebelumnya. Dalam memperoleh hasil penelitian ini peneliti harus mengunjungi obyek penelitian, yang dimaksud adalah Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek.

Peneliti melihat serta mengamati segala bentuk kegiatan yang terjadi atau terlaksana di obyek penelitian untuk mendapat hasil data observasi yang valid. Peneliti juga melakukan wawancara terhadap beberapa pihak terkait, dalam penelitian ini mengambil tiga narasumber yang bersangkutan sesuai dengan fokus penelitian yang diambil oleh peneliti yaitu pemilik perusahaan, pengelola perusahaan serta sopir Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek.

Narasumber yang peneliti wawancara guna mendapatkan hasil yang sesuai dengan fokus penelitiannya bernama Bapak Maridi selaku pemilik

Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek, Bapak Arifin selaku pengelola Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek, serta Bapak Wit selaku sopir dari Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek.

Peneliti melakukan penelitian secara berangsur-angsur kurang lebih satu sampai dua minggu yang dilakukan tidak secara berurutan atau terjadwal. Dengan begitu waktu dan tempat disesuaikan oleh pihak terkait untuk melakukan penelitian dan wawancara,

Berikut sajian temuan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti

1. Strategi Pemasaran Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek Dalam Menciptakan Loyalitas Konsumen

Sebuah strategi pemasaran Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek sangat penting bagi terciptanya loyalitas konsumennya karena pada prosesnya mampu menarik dan mempertahankan konsumen yang ada. Setiap perusahaan jasa transportasi pasti mempunyai strategi pemasaran yang diunggulkan. Salah satunya yaitu dengan segmentasi pasarnya. Strategi pemasaran yang benar akan memberi nilai tambah pada hasil yang diperoleh. Pada tahun 2019 Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek memiliki jumlah konsumen 816 orang. Jumlah yang cukup banyak dibandingkan dengan tahun sebelumnya.

Strategi pemasaran dalam menciptakan loyalitas konsumen ada beberapa macam, Salah satunya adalah strategi segmentasi pasar. Dalam memulai sebuah usaha, seorang pengusaha harus mengerti segmentasi pasarnya. Semakin luas segmentasi pasar yang ada maka akan semakin

banyak calon konsumen yang didapat. Kemudian ada strategi *targeting*, setelah mengetahui *segment* pasarnya seorang pengusaha dapat menentukan target pasarnya. Setelah mengetahui *segment* dan target selanjutnya perlu menerapkan strategi *positioning* atau membentuk image perusahaan yang baik pada konsumen.

a. Strategi Segmentasi

Segmentasi atau (pengelompokan) pasar adalah pembagian daripada pasar secara keseluruhan ke dalam kelompok-kelompok untuk penyesuaian yang lebih tepat dan konkret dari suatu produk, sesuai dengan keinginan, kebutuhan serta karakteristik konsumen. Sebagaimana dari hasil wawancara dengan Bapak Maridi selaku Pemilik Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek.

“Segmen pasar kita adalah global maksudnya semua kalangan kami terima dan kami tidak memilih kasta ataupun golongan mereka yang mau memakai jasa kami. tetapi karena sekarang wilayahnya Trenggalek, ya otomatis konsumennya mayoritas adalah wilayah Trenggalek, dan kami menawarkan di wilayah Trenggalek. Wilayah di Trenggalek meliputi Tugu, Karang, Suruh, Pule, Trenggalek kota, Pogalan dan Gandusari.”¹³²

Segmen pasar yang dilayani oleh Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek yaitu secara global dan tidak memilih dan memilah kasta hanya saja karena wilayahnya di kota Trenggalek maka difokuskan konsumennya untuk wilayah Trenggalek khususnya di Kecamatan Tugu.

¹³² Wawancara dengan Bapak Maridi selaku pemilik Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek, pada tanggal 25 Januari 2022

Tabel 4.1**Data Segmentasi Geografis****Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek**

No.	Wilayah	Jumlah (%)
1.	Tugu	30
2.	Karangan	23
3.	Suruh	17
4.	Pule	12
5.	Trenggalek Kota	10
6.	Pogalan	4
7.	Gandusari	4
	JUMLAH	100

Sumber: Data Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek Tahun 2020

Dapat disimpulkan dari Gambar 4.1 untuk letak segmentasi geografis Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek hampir menyebar di seluruh wilayah Trenggalek. Konsumen yang paling banyak berasal dari wilayah Kecamatan Tugu 30%, berikutnya daerah Kecamatan Karanganyar 23%, Kecamatan Suruh 17%, Kecamatan Pule 12%, Kecamatan Trenggalek Kota 10%, Kecamatan Pogalan 4% Dan Kecamatan Gandusari 4%. Akan tetapi

kebanyakan konsumen dari Sumber Rejeki Tour & Travel itu yang dekat dengan lokasi yaitu Kecamatan Tugu itu sendiri.

Selain itu manajemennya membagi segmen pasarnya ke dalam wilayah domestik saja. Hal ini hampir sama seperti yang disampaikan oleh Bapak Arifin selaku Pengelola Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek mengatakan.

“Segmen pasar kita lebih ke segmen wilayah, yaitu utamanya untuk wilayah Trenggalek, dan kita fokus mencari konsumen dari wilayah Kabupaten Trenggalek karena untuk wilayah Kabupaten yang lain sudah ada sendiri.”¹³³

Selain dari pendapat diatas, menurut bapak Wit selaku Sopir

Rejeki Tour & Travel Trenggalek dalam ruang lingkup Trenggalek saja, dan tidak mengarah kewilayah kabupaten lain.

Sedangkan hasil wawancara dengan Bapak Wit selaku sopir di Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek mengatakan bahwa.

“Setahu saya dan sepengetahuan saya sebagai sopir Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek konsumen kita adalah mayoritas dari wilayah Trenggalek yang akan pergi ke antar wilayah Trenggalek, luar Trenggalek maupun kembali pulang ke Trenggalek.”¹³⁴

Selain didasarkan dari wilayah biasanya konsumen yang menggunakan jasa Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek adalah dari usia produktif untuk bekerja atau merantau di luar Trenggalek

¹³³ Wawancara dengan Bapak Arifin selaku pengelola Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek, pada tanggal 26 Januari 2022

¹³⁴ Wawancara dengan Bapak Wit selaku sopir Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek, pada tanggal 30 Januari 2022

akan tetapi ada juga usia anak-anak, mereka diajak orang tuanya untuk menetap sementara di luar Trenggalek untuk memenuhi kebutuhan ekonomi mereka. Selain itu juga melakukan perjalanan wisata dan keagamaan.

Tabel 4.2

Data Jenis Kelamin Konsumen

Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek

No.	Jenis Kelamin	Jumlah (%)
1.	Laki-Laki	53
2.	Perempuan	47
	JUMLAH	100

Sumber: Data Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek Tahun 2020

Dari data diatas dapat dilihat jenis kelamin konsumen Sumber Rejeki & Travel Trenggalek untuk laki-laki 53% dan untuk perempuan 47% angka ini hampirimbang. ini menunjukkan bahwa jumlah konsumen Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek ini merata antara laki-laki dan perempuan. Pihak Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek tidak mengukur konsumen berdasarkan jenis kelamin akan tetapi lebih mengutamakan usia konsumen.

Seperti yang disampaikan oleh Bapak Arifin selaku pengelola Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek sebagai berikut

“Mereka para pengguna jasa kami adalah mereka yang berusia produktif untuk bekerja di luar kota maupun berwisata atau melakukan kegiatan keagamaan, ada juga usia anak-anak dan lansia tetapi jumlahnya sedikit.”¹³⁵

Dari pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa kebanyakan yang konsumen Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek yaitu mereka yang berusia dewasa atau produktif.

Tabel 4.3

Data Usia Konsumen

Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek

No.	Usia	Jumlah (%)
1.	Dewasa/ Produktif (17-60 Tahun)	80
2.	Anak-Anak (0-16 Tahun)	12
3.	Lansia (60 Tahun- Dst)	8
	JUMLAH	100

Sumber: Data Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek Tahun 2020

Dari data di atas dapat dilihat untuk usia dewasa/ produktif 80%, anak-anak 12%, lansia 8%. Untuk konsumen yang sering

¹³⁵ Wawancara dengan Bapak Arifin selaku pengelola Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek, pada tanggal 26 Januari 2022

menggunakan jasa Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek ialah usia dewasa atau produktif sebanyak 80%

Dan juga disampaikan oleh Bapak Wit selaku sopir Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek terkait dengan segmentasi perilaku yaitu

“Konsumen kami adalah mereka yang menginginkan kemudahan dan kenyamanan dalam menggunakan jasa transportasi, misalnya kami jemput mulai dari rumah dan kami antarkan ke tempat tujuan mereka misalnya di bandara Juanda tanpa harus berganti-ganti moda transportasi saat dari rumah menuju ke bandara Juanda.¹³⁶

Dapat disimpulkan bahwa dalam segmentasi perilaku, konsumen Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek adalah mereka yang menginginkan kemudahan dan kenyamanan dalam menggunakan moda transportasi darat.

b. Strategi *Targeting*

Dari pemaparan diatas yaitu segmentasi pasar yang dimiliki oleh Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek maka dapat ditentukan target pasar dari Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek. Targeting adalah proses penempatan dengan tepat perusahaan ke dalam segmen target market yang sudah dipilih sebelumnya. Seperti yang dikatakan oleh bapak Maridi pemilik Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek yaitu sebagai berikut:

¹³⁶ Wawancara dengan Bapak Wit selaku sopir Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek, pada tanggal 30 Januari 2022

“Dalam menentukan target pasar kami mengoptimalkan segmen pasar kita untuk kita jadikan target pasar kita supaya tidak diambil oleh perusahaan sejenis dengan memiliki strategi yang hampir sama.”¹³⁷

Tabel 4.4

Data Presentase Konsumen Sumber Rejeki Tour & Travel

Trenggalek Berdasarkan Keperluannya

No.	Keperluan	Jumlah (%)
1.	Bekerja	50
2.	Wisata	10
3.	Kegiatan Keagamaan	10
4.	Lain-lain	10
	JUMLAH	100

Sumber: Data Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek Tahun 2020

Bapak Arifin selaku pengelola Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek menambahkan mengenai target pasar Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek, beliau mengatakan :

“Untuk target pasar kami yaitu warga kabupaten Trenggalek khususnya dari kecamatan Tugu yang melakukan perjalanan darat usia produktif. Dan untuk anak-anak serta lansia adalah bonus bagi kami. Kami melihat orang Trenggalek usia produktif banyak yang bekerja di luar Trenggalek maupun berwisata dan melakukan kegiatan yang lainnya, ini tentunya membutuhkan sebuah biro jasa transportasi untuk membantu mereka dalam perjalanannya.”¹³⁸

Pendapat diatas diperkuat oleh pendapat bapak Wit selaku

¹³⁷ Wawancara dengan Bapak Maridi selaku pemilik Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek, pada tanggal 25 Januari 2022

¹³⁸ Wawancara dengan Bapak Arifin selaku pengelola Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek, pada tanggal 26 Januari 2022

Sopir di Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek yaitu :

“Setiap hari ada saja orang Trenggalek yang minta di antarkan ke kota, ke bandara, dll untuk keperluan bekerja, ada juga yang minta di antarkan pulang dari bandara menuju Trenggalek, ini yang dapat membuat kita dapat beroperasi setiap hari walaupun tidak ada yang meminta untuk diantarkan berwisata, kegiatan agama dan lainnya.”¹³⁹

Dapat disimpulkan bahwa strategi *targeting* yang dilakukan oleh Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek bahwa dalam target yang dilakukan yaitu khususnya warga Trenggalek usia produktif yang bekerja.

c. **Strategi *Positioning***

Setelah mengetahui segmentasi pasar dan menentukan target pasar, selanjutnya Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek perlu menerapkan strategi *positioning*. *Positioning* sangatlah penting bagi semua perusahaan seperti halnya dengan yang dilakukan oleh Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek, dimana perusahaan tersebut harus membuat citra merek supaya diingat dalam benak konsumen. Setiap perusahaan tentunya ingin memiliki citra yang baik di benak konsumen. Begitu halnya dengan Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek memposisikan dirinya menurut atribut dan pemakai. Hal ini dinyatakan oleh Bapak Maridi selaku pemilik Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek sebagai berikut:

“Sumber Rejeki Tour & Travel salah satu perusahaan jasa

¹³⁹ Wawancara dengan Bapak Wit selaku sopir Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek, pada tanggal 30 Januari 2022

transportasi yang berdiri sudah lama di Trenggalek selalu berusaha memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen. Kami berusaha memberikan kemudahan untuk warga Trenggalek dalam melakukan perjalanan darat. Dari kemudahan ini serta didukung dengan keramahan karyawan kami harapkan Sumber Rejeki Tour & Travel ini selalu menjadi pilihan calon konsumen kami dalam melakukan perjalanan darat.”¹⁴⁰

Dalam menentukan posisi pasar, Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek menggunakan strategi *positioning* menurut harga dan kualitas serta menurut pemakai. Hal ini dinyatakan oleh bapak Arifin selaku pengelola Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek sebagai berikut:

“Dalam meposisikan diri dalam konsumen Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek memberikan harga yang standart, tidak terlalu mahal dan terlalu tinggi serta memberikan potongan apabila sudah sering menggunakan jasa kami. Namun hal itu tentunya juga diimbangi dengan kualitas pelayanan yang baik, seperti contohnya memberikan keramahan pada konsumen kita. Selain itu kami disini berusaha memberikan kemudahan dan kenyamanan pada konsumen kita. Mereka kita jemput dari rumah dan kita antarkan ke tempat tujuan.”¹⁴¹

Hal serupa diungkapkan oleh bapak Wit selaku sopir Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek. Beliau mengatakan bahwa:

“Ketika ada calon konsumen dari pelosok Trenggalek minta diantarkan ke bandara Juanda, saya datang kerumah calon konsumen tersebut yang berada di pegunungan dan saya antarkan ke bandara dan sebaliknya. Selaku sopir saya selalu berusa ramah ketika bertemu dengan konsumen maupun saat diperjalanan. Untuk harga atau tarif jasa saya tentukan sesuai

¹⁴⁰ Wawancara dengan Bapak Maridi selaku pemilik Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek, pada tanggal 10 Desember 2021

¹⁴¹ Wawancara dengan Bapak Arifin selaku pengelola Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek, pada tanggal 30 November 2021

perintah dari Mas Arifin selaku pengelola Sumber Rejeki Tour & Travel.¹⁴²

Dari semua hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa strategi positioning yang dilakukan oleh Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek agar diingat oleh konsumen dengan menggunakan strategi atribut dan pemakai. Selain itu juga memberikan potongan harga jasa kepada konsumen.. Dan untuk kenyamanan dan kemudahan bagi konsumen yaitu dengan menjemput dan mengantarkan konsumen ke tempat yang diminta tanpa berganti-ganti moda transportasi darat lainnya.

2. Dampak Dari Strategi Pemasaran Yang Telah Diterapkan Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek Terhadap Loyalitas Konsumen

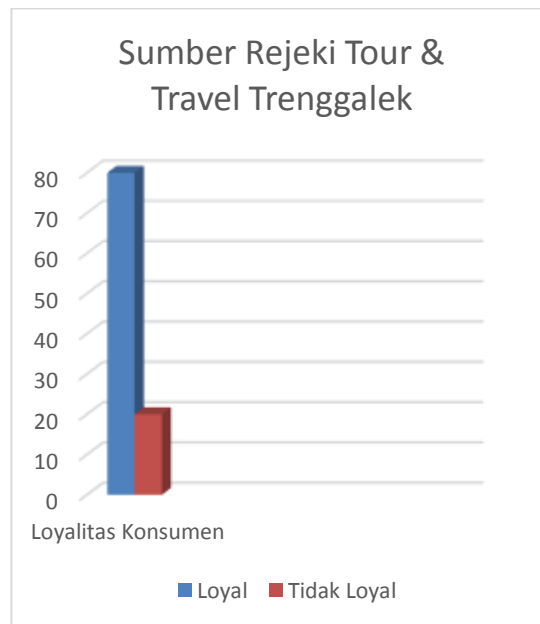
Setiap hal yang dilakukan pasti memiliki dampak bagi kehidupan selanjutnya. Tidak terkecuali dengan sebuah strategi pemasaran yang telah diterapkan oleh Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek. Salah satunya dampak terhadap loyalitas konsumennya.

Gambar 4.2

Data Presentase Loyalitas Konsumen

Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek

¹⁴² Wawancara dengan Bapak Wit selaku sopir Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek, pada tanggal 14 Desember 2021



Sumber: Data Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek Tahun 2020

Menurut hasil wawancara yang didapatkan dari bapak Maridi selaku pemilik Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek berpendapat sebagai berikut:

“Dari strategi pemasaran yang telah kita terapkan tadi, alhamdulillah membuahkan hasil yaitu meningkatnya jumlah konsumen kami pada setiap tahunnya dan peningkatan konsumen itu berasal dari konsumen kami yang tetap menggunakan jasa kami dan adanya tambahan konsumen baru.”¹⁴³

Sedangkan bapak Arifin selaku pengelola Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek berpendapat bahwa dari penerapan strategi pemasaran memberi dampak positif bagi perusahaan, berikut pendapatnya:

“Alhamdulillah, konsumen kami selama ini ketika sudah menggunakan jasa kami selalu puas dengan pelayanan kami dan dari sini maka terbentuklah image yang baik untuk perusahaan kami. Selain itu konsumen juga berlangganan dengan kami, misalnya apabila berangkat ke bandara Juanda menggunakan jasa kami maka

¹⁴³ Wawancara dengan Bapak Maridi selaku pemilik Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek, pada tanggal 10 Desember 2021

pulangannya dari bandara menuju ke Trenggalek lagi juga kembali menghubungi kami melalui handphone untuk kembali menggunakan jasa kami dan masih banyak lagi yang lainnya.”¹⁴⁴

Hal senada diungkapkan oleh bapak Wit selaku sopir Sumber Rejeki

Tour & Travel Trenggalek sebagai berikut:

“Biasanya saya kalau mengantarkan konsumen dari Trenggalek ke bandara Juanda nanti misalnya 3 bulan lagi dia pulang ke Trenggalek maka saya jemput lagi dari bandara Juanda untuk saya antarkan pulang ke Trenggalek. Biasanya juga ada konsumen saya antarkan saat acara lamarannya nanti pada acara akad nikahnya juga saya yang mengantarkan lagi, walaupun tidak saya antarkan maka akan diantarkan oleh teman sopir saya di Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek.”¹⁴⁵

C. Hasil Uji Triangulasi

a. Triangulasi Sumber

Tabel 4.5

Hasil Uji Triangulasi Sumber

No.	Hasil Temuan	Bapak Maridi	Bapak Arifin	Bapak Wit	Kesimpulan
1.	Strategi Pemasaran Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek Dalam Menciptakan Loyalitas Konsumen: Strategi segmentasi	Segmen pasar kita lebih ke segmen wilayah, yaitu utamanya untuk wilayah Trenggalek, dan kita fokus mencari konsumen dari wilayah Kabupaten Trenggalek	Mereka para pengguna jasa kami adalah mereka yang berusia produktif untuk bekerja di luar kota maupun berwisata atau melakukan kegiatan	Konsumen kami adalah mereka yang menginginkan kemudahan dan kenyamanan dalam menggunakan jasa transportasi	Strategi segmentasi pasar Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek dapat ditinjau dari segmen geografis yaitu khususnya orang dari

¹⁴⁴ Wawancara dengan Bapak Arifin selaku pengelola Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek, pada tanggal 30 November 2021

¹⁴⁵ Wawancara dengan Bapak Wit selaku sopir Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek, pada tanggal 14 Desember 2021

		karena untuk wilayah Kabupaten yang lain sudah ada sendiri	keagamaan, ada juga usia anak-anak dan lansia tetapi jumlahnya sedikit		Trenggalek. Dari segmen demografi yaitu laki-laki maupun wanita dengan rentang usia anak-anak sampai lansia. Dari segmen perilaku yaitu konsumen yang menginginkan kemudahan dan kenyamanan dalam menggunakan transportasi darat
2.	Strategi Pemasaran Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek Dalam Menciptakan Loyalitas Konsumen: Strategi Targeting	Dalam menentukan target pasar kami mengoptimalkan segmen pasar kita untuk kita jadikan target pasar kita supaya tidak diambil oleh perusahaan sejenis dengan memiliki strategi yang hampir sama	Untuk target pasar kami yaitu warga kabupaten Trenggalek khususnya dari kecamatan Tugu yang melakukan perjalanan darat usia produktif. Dan untuk anak-anak serta lansia adalah bonus bagi kami.	Setiap hari ada saja orang Trenggalek yang minta di antarkan ke kota, ke bandara, dll untuk keperluan bekerja, ada juga yang minta di antarkan pulang dari bandara menuju Trenggalek, ini yang dapat membuat kita dapat beroperasi setiap hari	Strategi <i>targeting</i> atau target pasar Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek adalah orang kabupaten Trenggalek khususnya usia produktif

				walaupun tidak ada yang meminta untuk diantarkan berwisata, kegiatan agama dan lainnya	
3	Strategi Pemasaran Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek Dalam Menciptakan Loyalitas Konsumen: Strategi Positioning	Sumber Rejeki Tour & Travel salah satu perusahaan jasa transportasi yang berdiri sudah lama di Trenggalek selalu berusaha memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen. Kami berusaha memberikan kemudahan untuk warga Trenggalek dalam melakukan perjalanan darat. Dari kemudahan ini serta didukung dengan keramahan karyawan kami harapkan Sumber Rejeki Tour & Travel ini selalu menjadi pilihan calon konsumen kami dalam	Dalam meposisiikan diri dalam konsumen Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek memberikan harga yang standart, tidak terlalu mahal dan terlalu tinggi. Namun hal itu tentunya juga diimbangi dengan kualitas pelayanan yang baik, seperti contohnya memberikan keramahan pada konsumen kita. Selain itu kami disini berusaha memberikan kemudahan dan kenyamanan pada konsumen	Ketika ada calon konsumen dari pelosok Trenggalek minta diantarkan ke bandara Juanda, saya datang kerumah calon konsumen tersebut yang berada di pegunungan dan saya antarkan ke bandara dan sebaliknya. Selaku sopir saya selalu berusa ramah ketika bertemu dengan konsumen maupun saat diperjalanan. Untuk harga atau tarif jasa saya tentukan sesuai perintah dari Mas Arifin	Strategi <i>positioning</i> Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek penentuan posisinya menurut pemakai yaitu menempatkan perusahaan yang memberikan kemudahan, kenyamanan pada konsumennya

		melakukan perjalanan darat	kita. Mereka kita jemput dari rumah dan kita antarkan ke tempat tujuan	selaku pengelola Sumber Rejeki Tour & Travel	
4.	Dampak Dari Strategi Pemasaran Yang Telah Diterapkan Sumber Rejeki Tour & Travel Terhadap Loyalitas Konsumen	Dari strategi pemasaran yang telah kita terapkan tadi, alhamdulillah membuahkan hasil yaitu meningkatnya jumlah konsumen kami pada setiap tahunnya dan peningkatan konsumen itu berasal dari konsumen kami yang tetap menggunakan jasa kami dan adanya tambahan konsumen baru	Alhamdulillah, konsumen kami selama ini ketika sudah menggunakan jasa kami selalu puas dengan pelayanan kami dan dari sini maka terbentuklah image yang baik untuk perusahaan kami. Selain itu konsumen juga berlangganan dengan kami, misalnya apabila berangkat ke bandara Juanda menggunakan jasa kami maka pulanginya dari bandara menuju ke Trenggalek lagi juga kembali menghubungi kami melalui handphone	Biasanya saya kalau mengantarkan konsumen dari Trenggalek ke bandara Juanda nanti misalnya 3 bulan lagi dia pulang ke Trenggalek maka saya jemput lagi dari bandara Juanda untuk saya antarkan pulang ke Trenggalek. Biasanya juga ada konsumen saya antarkan saat acara lamarannya nanti pada acara akad nikahnya juga saya yang mengantarkan lagi, walaupun tidak saya antarkan maka akan diantarkan oleh teman sopir saya di Sumber	Strategi pemasaran yang telah diterapkan Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek dapat memberikan citra yang baik pada perusahaan sehingga tercipta loyalitas konsumennya

			untuk kembali menggunakan jasa kami dan masih banyak lagi yang lainnya	Rejeki Tour & Travel Trenggalek	
--	--	--	--	---------------------------------	--

b. Triangulasi Teknik

Tabel 4.6

Hasil Uji Triangulasi Teknik

No.	Hasil Temuan	Teknik Wawancara	Teknik Observasi	Teknik Dokumentasi	Kesimpulan
1.	Strategi Pemasaran Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek Dalam Menciptakan Loyalitas Konsumen: Strategi segmentasi	Wawancara dengan bapak Maridi : Segmen pasar kita lebih ke segmen wilayah, yaitu utamanya untuk wilayah Trenggalek, dan kita fokus mencari konsumen dari wilayah Kabupaten Trenggalek karena untuk wilayah Kabupaten yang lain sudah ada sendiri Arifin : Mereka para pengguna jasa	Meninjau langsung kantor dan garasi Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek	Ada di halaman lampiran ke 3	Strategi segmentasi pasar Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek dapat ditinjau dari segmen geografis yaitu khususnya orang dari Trenggalek. Dari segmen demografi yaitu laki-laki maupun wanita dengan rentang usia anak-anak sampai lansia. Dari segmen perilaku yaitu konsumen

		<p>kami adalah mereka yang berusia produktif untuk bekerja di luar kota maupun berwisata atau melakukan kegiatan keagamaan, ada juga usia anak-anak dan lansia tetapi jumlahnya sedikit</p> <p>Wit : Konsumen kami adalah mereka yang menginginkan kemudahan dan kenyamanan dalam menggunakan jasa transportasi</p>			<p>yang menginginkan kemudahan dan kenyamanan dalam menggunakan transportasi darat</p>
2.	<p>Strategi Pemasaran Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek Dalam Menciptakan Loyalitas Konsumen: Strategi Targeting</p>	<p>Wawancara dengan bapak Maridi : Dalam menentukan target pasar kami mengoptimalkan segmen pasar kita untuk kita jadikan target pasar kita supaya tidak diambil oleh perusahaan sejenis dengan memiliki</p>	<p>Observasi langsung di kantor dan garasi Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek</p>	<p>Ada di halaman lampiran ke 3</p>	<p>Strategi <i>targeting</i> atau target pasar Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek adalah orang kabupaten Trenggalek khususnya usia produktif</p>

		<p>strategi yang hampir sama</p> <p>Arifin :</p> <p>Untuk target pasar kami yaitu warga kabupaten Trenggalek khususnya dari kecamatan Tugu yang melakukan perjalan darat usia produktif. Dan untuk anak-anak serta lansia adalah bonus bagi kami.</p> <p>Wit :</p> <p>Setiap hari ada saja orang Trenggalek yang minta di antarkan ke kota, ke bandara, dll untuk keperluan bekerja</p>			
3.	<p>Strategi Pemasaran Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek Dalam Menciptakan Loyalitas Konsumen:</p> <p>Strategi Positioning</p>	<p>Wawancara dengan bapak Maridi :</p> <p>Kami berusaha memberikan kemudahan untuk warga Trenggalek dalam melakukan perjalanan darat. Dari kemudahan ini serta didukung dengan</p>	<p>Meninjau langsung kantor dan garasi Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek</p>	<p>Ada di halaman lampiran ke 3</p>	<p>Strategi <i>positioning</i> Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek penentuan posisinya menurut pemakai yaitu menempatkan perusahaan yang memberikan kemudahan, kenyamanan</p>

		<p>keramahan karyawan kami harapkan Sumber Rejeki Tour & Travel ini selalu menjadi pilihan calon konsumen kami dalam melakukan perjalanan darat</p> <p>Arifin : Selain itu kami disini berusaha memberikan kemudahan dan kenyamanan pada konsumen kita. Mereka kita jemput dari rumah dan kita antarkan ke tempat tujuan</p> <p>Wit : Selaku sopir saya selalu berusaha ramah ketika bertemu dengan konsumen maupun saat diperjalanan. Untuk harga atau tarif jasa saya tentukan sesuai perintah dari Mas Arifin selaku pengelola</p>			pada konsumennya
4.	Dampak Dari Strategi Pemasaran Yang Telah	Wawancara dengan bapak Maridi :	Observasi langsung di kantor dan garasi	Ada di halaman lampiran ke 3	Strategi pemasaran yang telah diterapkan

	<p>Diterapkan Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek Terhadap Loyalitas Konsumen</p>	<p>alhamdulillah membuahkan hasil yaitu meningkatnya jumlah konsumen kami pada setiap tahunnya dan peningkatan konsumen itu berasal dari konsumen kami yang tetap menggunakan jasa kami dan adanya tambahan konsumen</p> <p>Arifin : Alhamdulillah, konsumen kami selama ini ketika sudah menggunakan jasa kami selalu puas dengan pelayanan kami dan dari sini maka terbentuklah image yang baik untuk perusahaan kami. Selain itu konsumen juga berlangganan dengan kami.</p> <p>Wit : Biasanya saya kalau mengantarkan konsumen dari</p>	<p>Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek</p>		<p>Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek dapat memberikan citra yang baik pada perusahaan sehingga tercipta loyalitas konsumennya</p>
--	--	---	---	--	--

		Trenggalek ke bandara Juanda nanti 3 bulan lagi dia pulang ke Trenggalek maka saya jemput lagi dari bandara Juanda untuk saya antarkan pulang ke Trenggalek			
--	--	---	--	--	--