

# IBM PENINGKATAN DAYA SAING PENGUSAHA TRAVEL DI MALANG RAYA

Yufis Azhar<sup>1)</sup> & Mulyono<sup>2)</sup>

<sup>1,2</sup>Jurusan Teknik Informatika, Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah Malang

Email: <sup>1)</sup>yufis@umm.ac.id

## ABSTRACT

Tidak dapat dipungkiri bahwa ketersediaan modal menjadi salah satu faktor utama dalam ketahanan suatu usaha, demikian pula usaha travel. Banyak pengusaha travel dengan modal kecil akhirnya harus gulung tikar karena tidak mampu bersaing dengan usaha sejenis yang memiliki modal besar. Perlu ada strategi jitu dari pengusaha-pengusaha dengan modal kecil ini agar usahanya tetap eksis meskipun dengan dana yang minim. Salah satu cara yang bisa dilakukan adalah dengan penerapan teknologi informasi untuk meningkatkan kualitas pelayanan kepada konsumen serta alat bantu untuk memasarkan jasanya. Sistem aplikasi mobile yang dapat digunakan oleh konsumen untuk memesan jasa layanan travel dapat menjadi jawaban atas permasalahan tersebut. Dengan penggunaan aplikasi ini, diharapkan kualitas pelayanan pada konsumen bisa meningkat, sehingga berpengaruh terhadap penambahan kuantitas konsumen yang dapat dilayani. Selain itu, diusulkan pula suatu konsep pemasaran baru yang terinspirasi dari skema MLM (Multi Level Marketing) yang banyak digunakan oleh perusahaan-perusahaan kosmetik atau alat kesehatan dalam memasarkan produknya. Sistem pemasaran ini juga akan dibantu oleh aplikasi mobile agar mudah penggunaannya. Diharapkan dengan adanya sistem pemasaran seperti ini, pangsa pasar dari suatu usaha travel akan lebih luas sehingga kuantitas konsumen yang menggunakan jasa travel tersebut juga akan semakin bertambah.

**Kata kunci:** travel; daya saing; pemasaran; pemesanan online

## PENDAHULUAN

### Analisis Situasi

Keberadaan kota Malang sebagai destinasi wisata dan pendidikan di Jawa Timur membuat arus mobilisasi pendatang di kota ini sangat padat. Terutama saat akhir pekan, dimana banyak wisatawan mengunjungi kota Malang untuk berwisata dan mahasiswa yang menempuh pendidikan di kota Malang pulang ke kampung halamannya, bisa dipastikan ruas jalan di kota Malang akan sangat padat. Pasar yang begitu menjanjikan ini merupakan iklim yang sangat

konduif bagi jasa transportasi untuk tumbuh subur, salah satunya adalah usaha travel. Salah satu kelebihan travel dibanding jasa transportasi lainnya adalah travel mampu menyediakan kenyamanan yang lebih. Konsumen tidak perlu repot menuju terminal atau menunggu angkutan di tepi jalan, dengan menggunakan jasa travel, konsumen cukup memesan ingin dijemput dan diantar kemana. Mirip seperti taxi, tapi dengan biaya yang jauh lebih murah.

Manavin Tour & Travel serta MH Tour & Travel adalah 2 perusahaan travel yang berlokasi dan beroperasi di sekitar Malang Raya (sebutan untuk Kota Malang, Kabupaten Malang, dan Kota Batu). Kedua perusahaan

ini tergolong perusahaan kecil dengan modal minim. Kelebihan yang dimiliki oleh kedua perusahaan ini adalah driver yang rata-rata masih berusia muda dan pelayanannya ramah. Karena sebagian besar konsumennya berasal dari kalangan mahasiswa, sehingga tercipta ikatan yang kuat antara konsumen dan driver. Kedua mitra juga sebenarnya memiliki peluang yang cukup besar untuk mengembangkan usahanya. Dikarenakan rute Malang-Juanda yang dipilih sebagai rute operasionalnya merupakan rute yang padat penumpang. Akan tetapi, karena minimnya modal yang dimiliki untuk melakukan promosi, maka hasilnya pun kurang optimal. Selama ini, pemasaran hanya dilakukan dari mulut ke mulut serta stiker yang ditempel di kaca mobil tiap armadanya. Kurangnya modal ini mengakibatkan pilihan promosi yang bisa dilakukan oleh Manavin & MH cukup terbatas. Sehingga namanya kurang dikenal di kalangan masyarakat Malang Raya.

### **Permasalahan Mitra**

Dari analisis situasi yang telah dijabarkan di atas, terdapat beberapa permasalahan prioritas yang dihadapi oleh mitra, diantaranya adalah sebagai berikut :

1) Kedua mitra memiliki modal minim untuk melakukan pemasaran. Pemasaran adalah salah satu faktor utama yang menentukan apakah suatu usaha bisa bertahan atau harus gulung tikar. Usaha travel yang memiliki armada banyak dan bagus belum tentu dapat menarik minat konsumen jika strategi pemasaran yang dilakukan tidak tepat. Masalahnya untuk mampu melakukan pemasaran dengan target yang luas, membutuhkan modal yang tidak sedikit. Hal ini mungkin tidak menjadi masalah bagi perusahaan dengan modal besar, mereka bisa melakukan promosi lewat media massa baik cetak maupun elektronik. Hal yang sama tidak bisa dilakukan oleh perusahaan kecil dengan modal dan keuntungan yang juga minim seperti kedua mitra. Sehingga

pemasaran hanya dilakukan dengan mengandalkan testimoni dari konsumen yang disebarkan dari mulut ke mulut. Strategi pemasaran lain dilakukan dengan cara memasang stiker di kaca mobil agar bisa dibaca oleh pengguna jalan yang lain. Tentu saja strategi pemasaran seperti ini kurang efektif karena pergerakan yang pasif. Sehingga hasil yang diperoleh juga cenderung lambat dan tidak maksimal.

2) Kedua mitra perlu meningkatkan pelayanan kepada konsumen. Selain pemasaran yang baik, suatu perusahaan juga harus menjaga kepuasan dari konsumen. Kadangkala, menjaga konsumen lebih sulit dilakukan daripada mencari konsumen baru. Oleh karena itu, perlu dilakukan langkah-langkah antisipatif agar konsumen yang telah menjadi pelanggan tidak berpindah ke travel lain. Banyak cara yang dilakukan pengusaha travel untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, diantaranya menyediakan armada baru yang lebih nyaman, menyediakan konsumsi, menyediakan diskon khusus untuk hari-hari tertentu dan lain sebagainya. Akan tetapi, karena omzet yang didapatkan oleh kedua mitra per bulannya tidak begitu besar, maka peningkatan kualitas pelayanan perlu dipikirkan dengan matang agar tidak mengganggu cashflow dari perusahaan. Dari hasil wawancara yang dilakukan terhadap beberapa konsumen tentang pelayanan negatif dari mitra, didapatkan hasil sebagai berikut :

a) Sulitnya melakukan pemesanan saat malam hari. Hal ini terjadi karena customer service (CS) yang dipekerjakan memang tidak 24 jam melayani customer, sehingga konsumen yang ingin melakukan pemesanan di luar jam kerja, tidak dapat terlayani dengan baik

b) Sebagian besar konsumen dari mitra adalah mahasiswa yang memiliki kondisi keuangan terbatas. Banyak konsumen yang mengeluhkan keharusan menelepon CS hanya untuk mengetahui jadwal keberangkatan travel, serta mengetahui slot kursi yang masih kosong di travel tersebut. Hal ini menyulitkan bagi konsumen saat pulsa mereka tidak

mencukupi untuk melakukan sambungan telepon

### Solusi Yang Ditawarkan

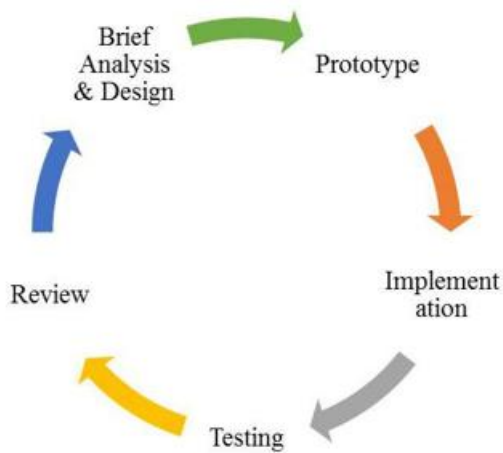
Berdasarkan uraian permasalahan dari kedua mitra yang dijelaskan pada bab sebelumnya, diusulkan beberapa solusi sebagai berikut :

- 1) Untuk mengatasi permasalahan minimnya modal pemasaran, diusulkan suatu konsep pemasaran baru yang terinspirasi dari skema MLM (Multi Level Marketing) yang banyak digunakan oleh perusahaan-perusahaan kosmetik atau alat kesehatan dalam memasarkan produknya. Konsep yang diusulkan adalah mitra (pengusaha travel) membuka kesempatan kepada konsumen untuk mendaftar menjadi membernya. Dengan menjadi member, seorang konsumen akan mendapat beberapa keuntungan. Pertama, seorang member akan mendapatkan potongan harga ketika menggunakan jasa travel. Kedua, seorang member dapat menawarkan jasa travel kepada orang lain. Jika transaksi travel yang ditawarkan tersebut sukses dilakukan, maka member tersebut akan mendapatkan royalti yang bisa diuangkan. Ketiga, seorang member juga dapat merekrut member lain untuk menjadi downline-nya. Saat seorang member downline berhasil menawarkan jasa travel kepada orang lain, maka member yang menjadi upline-nya juga akan mendapatkan royalti. Semua sistem pemasaran ini akan dibantu oleh aplikasi mobile agar mudah penggunaannya. Diharapkan dengan adanya sistem pemasaran seperti ini, pangsa pasar dari mitra akan lebih luas sehingga kuantitas konsumen yang menggunakan jasa mitra juga akan semakin bertambah.
- 2) Sedangkan untuk mengatasi permasalahan peningkatan kualitas pelayanan pada konsumen, diusulkan suatu aplikasi online berbasis mobile yang dapat digunakan untuk melakukan pemesanan/reservasi online. Dengan adanya sistem ini, konsumen tidak

perlu menelepon CS perusahaan untuk mengetahui jadwal keberangkatan travel serta untuk melihat slot kursi yang masih kosong, konsumen tinggal membuka aplikasi yang terinstall di smartphone/gadget-nya. Sehingga konsumen yang masih berstatus mahasiswa, yang memiliki keuangan terbatas, tidak perlu takut kehabisan pulsa saat akan melakukan reservasi. Keuntungan lain dari sistem ini adalah ketersediaannya selama 24 jam. Berbeda dengan jasa penggunaan CS yang dibatasi oleh waktu jam kerja, server komputer bisa bekerja selama 24 jam penuh dengan biaya yang sangat murah, karena semua bisa dikerjakan secara otomatis. Hal ini akan sangat menguntungkan bagi mitra karena mereka bisa menghemat pengeluaran untuk menggaji seorang customer service.

### METODE PELAKSANAAN

Metode pengembangan aplikasi yang digunakan dalam pelaksanaan pengabdian ini adalah metode RAD (*Rapid Application Development*). Metode ini merupakan pengembangan sistem yang mengutamakan kecepatan pengembangan melalui keterlibatan user atau pengguna dalam penggunaan suatu rangkaian sistem, dimana rangkaian tersebut berfungsi untuk suatu model (prototype) sistem yang lebih efektif. RAD melibatkan user atau pengguna pada proses desain sehingga kebutuhan user dapat terpenuhi dengan baik dan secara otomatis kepuasan user sebagai pengguna sistem semakin meningkat. RAD melibatkan user dalam proses testing sehingga dapat memangkas proses pembangunan yang panjang untuk dapat *deliver on schedule*. Metode RAD yang akan digunakan dijelaskan pada Gambar 1.

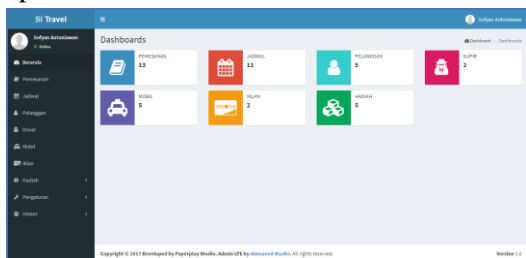


Gambar 1. Alur Metode RAD

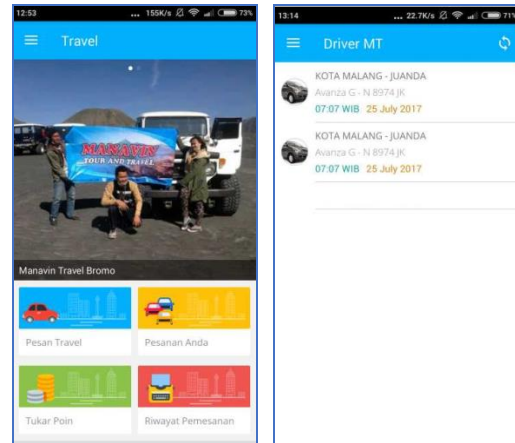
Selain itu, metode lain yang digunakan dalam pengabdian ini adalah metode pelatihan. Metode ini digunakan untuk memberikan pengetahuan serta skill pada mitra (terutama operator dan driver) agar dapat memaksimalkan penggunaan aplikasi.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dengan menggunakan metode RAD, dihasilkan aplikasi yang dinamakan Travelmu. Aplikasi ini berbasis web dan mobile. Aplikasi web digunakan oeh operator, sedangkan aplikasi mobile digunakan oleh member dan driver. Gambar 2, 3.(a), dan 3.(b) menunjukkan tampilan awal dari ketiga aplikasi tersebut.



Gambar 2. Aplikasi Operator



(a) Aplikasi Member,  
(b) Aplikasi Driver

Aplikasi-aplikasi tersebut telah diuji menggunakan metode *black box testing* untuk menguji fungsionalitas dari tiap fitur. Dan hasilnya sangat baik.

Hal berikutnya yang dilakukan adalah memberikan pelatihan untuk mitra agar dapat menggunakan aplikasi tersebut. Pelatihan ini dilakukan sebanyak 3 kali. Terdiri atas 1 kali pelatihan untuk operator dan driver dari kedua mitra, 1 kali pelatihan untuk member dari mitra pertama, dan 1 kali pelatihan untuk member dari mitra kedua. Pelatihan dilakukan selama 4 – 5 jam. Pelatihan ini dilakukan di ruang kelas Program Studi Teknik Informatika Universitas Muhammadiyah Malang dikarenakan mitra tidak memiliki tempat yang cukup representative untuk menyelenggarakan pelatihan tersebut. Gambar 4, 5 dan 6 menunjukkan bukti pelatihan yang dilakukan.



Gambar 4. Pelatihan 1



Gambar 5. Pelatihan 2



Gambar 6. Pelatihan 3

## PENUTUP

Program Iptek bagi Masyarakat (IbM) dengan judul *IbM. Peningkatan Daya Saing Pengusaha Travel di Malang Raya* ini telah terlaksana dengan baik. Luaran-luaran yang diharapkan pun sebagian besar telah tercapai. Harapan Kami bahwa hasil dari program pengabdian ini benar-benar bermanfaat untuk mitra sehingga dapat membantu pemerintah dalam upaya menyejahterakan UKM yang ada di Indonesia.

Berikutnya, perlu ada dukungan dari pemerintah, khususnya pemerintah daerah Malang Raya, dalam rangka pembinaan kepada para pelaku usaha travel. Mengingat usaha jenis ini jadi ujung tombak promosi daerah Malang Raya dalam bidang pariwisata. Dukungan ini bisa berupa bantuan kredit lunak untuk modal, keringanan pajak, ataupun pelatihan-pelatihan yang bisa diberikan untuk

meningkatkan kualitas pelayanan kepada para pelanggan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bayu, Yulius. "Perancangan Sistem Informasi Simpan Pinjam Dengan Menggunakan Metode Rapid Application Development (RAD)", 2005. Semarang
- Indrawati, Aniek. "Penerapan strategi promosi pada travelink tour & travel Kota Malang/Wartanindita." *Penerapan strategi promosi pada travelink tour & travel Kota Malang/Wartanindita* (2014).
- Jackson, Susan E., Aparna Joshi, and Niclas L. Erhardt. "Recent research on team and organizational diversity: SWOT analysis and implications." *Journal of management* 29.6 (2003): 801-830.
- Pramono, Rendra Adi. "Pengaruh Brand Awareness, Perceived Quality Dan Brand Image Terhadap Brand Satisfaction Dan Brand Loyalty Pada Jasa Biro Perjalanan Antar Kota Di Kota Malang." *Jurnal Aplikasi Manajemen* 11.3 (2014): pp-354.
- Safaat, Nazruddin. "Android: Pemrograman Aplikasi Mobile Smartphone dan Tablet PC Berbasis Android, Revisi Kedua." (2015).
- Siregar, Desefty Jukharia. "Analisis Strategi Pemasaran Multi Level Marketing (MLM) Syariah Terhadap Pendapatan Anggota Pada PT Wahida Indonesia Cabang Medan." (2009).