

ANALISIS BAURAN PEMASARAN TRANSPORASI BUS TRANS SEMANGGI

SKRIPSI



Oleh :

YANUAR RAMADHAN

NPM : 1542010068

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS

SURABAYA

2022

ANALISIS BAURAN PEMASARAN TRANSPORASI BUS TRANS SEMANGGI

SKRIPSI



Oleh :

YANUAR RAMADHAN

NPM : 1542010068

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS

SURABAYA

2022

**LEMBAR PERSETUJUAN UNTUK MENGIKUTI UJIAN SKRIPSI
ANALISIS BAURAN PEMASARAN TRANSPORASI BUS TRANS**

SEMANGGI

Disusun Oleh :

YANUAR RAMADHAN
NPM : 1542010068

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

PEMBIMBING



Dra. Siti Ning Farida, M. Si
NIP. 196406291990032000

Mengetahui



Dr. Drs. Gendut Sukarno, MS, CHRA
NIP. 195907011987031001

**LEMBAR PENGESAHAN MENGIKUTI UJIAN SKRIPSI
ANALISIS BAURAN PEMASARAN TRANSPORASI BUS TRANS
SEMANGGI**

Disusun Oleh :

YANUAR RAMADHAN
NPM : 1542010068

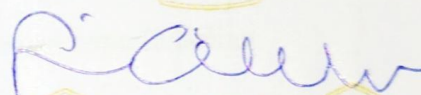
Telah dipertahankan dihadapkan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Jurusan Administrasi Bisnis
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur
Pada Tanggal 20 Mei 2022

PEMBIMBING



Dra. Siti Ning Farida, M. Si
NIP. 196406291990032000

**TIM PENGUJI
1 KETUA**



Dra. Lia Nirawati, M.Si
NIP. 196009241993032001

2 SEKRETARIS



Dra. Siti Ning Farida, M. Si
NIP. 196406291990032000


3 ANGGOTA



Dr. Rusdi Hidayat N., M.Si
NIP. 196112241989031007

Mengetahui,

DEKAN



Dr. Drs. Gendut Sukarno, MS, CHRA
NIP. 195907011987031001



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
Jalan Raya Rungkut Madya Gunung Anyar Surabaya 60294 Telp (031) 8706369, 8783189
Email : scum@upnjatim.ac.id Fax : (031) 8706372 www.upnjatim.ac.id

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : YANUAR RAMADHAN

NPM : 1542010068

Program Studi : ADMINISTRASI BISNIS

Fakultas : FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul "ANALISIS BAURAN PEMASARAN TRANSPORTASI BUS TRANS SEMANGGI" ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan.

Atas pernyataan ini, saya siap melakukan revisi maupun pengujian ulang apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan dapat dipertanggungjawabkan.

Surabaya, 15 Mei 2022

Penulis,



Yanuar Ramadhau

NPM. 1542010068

KATA PENGANTAR

Dengan mengucap puji syukur Alhamdulillah kehadiran Allah SWT, atas berkat dan rahmat hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Analisis Bauran Pemasaran Transportasi Bus Trans Semanggi”**.

Pelaksanaan penelitian ini dilakukan di PT. Seduluran Bus Suroboyo Kota Surabaya. Penulis menyadari bahwa di dalam penyusunan skripsi ini banyak terdapat kekurangan. Selesainya kegiatan hingga penyusunan tidak lepas dari adanya arahan dan bimbingan dari Ibu Dra. Siti Ning Farida, M. Si yang dengan segala perhatian dan bimbingannya rela meluangkan waktu serta tenaga untuk penulis, terima kasih yang tak terhingga penulis sampaikan kepada beliau.

Pada kesempatan ini penulis juga menyampaikan banyak terima kasih yang setinggi tingginya kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, diantaranya :

1. Bapak Dr. Drs. Gendut Sukarno, MS, CHRA selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dra. Siti Ning Farida, M.Si selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak dan Ibu Dosen beserta staff dan perangkat Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas

4. Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah mendidik penulis selama perkuliahan berlangsung.
5. Orang tua penulis yang dengan sepenuh hati mendukung penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

Akhirnya penulis berharap semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Segala saran dan kritik yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi kebaikan penulis.

Surabaya, Mei 2022

Penulis

ABSTRAK

**YANUAR RAMADHAN, 1542010068, 1542010068@studnet.upnjatim.ac.id
Analisis Bauran Pemasaran Transportasi Bus Trans Semanggi**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Bus Trans Semanggi dalam meningkatkan jumlah penumpang berdasarkan *Marketing Mix* (Bauran Pemasaran 4P). Metode yang digunakan berjenis kualitatif dengan menggunakan analisis deskriptif yang mengacu pada konsep bauran pemasaran 4P yakni *Product* (Bus Trans Semanggi), *Price* (Tarif Bus Trans Semanggi), *Place* (Rute dan Halte/Bus Stop Bus Trans Semanggi), dan *Promotion* (Kepopuleran Bus Trans Semanggi) melalui teknik pengumpulan data berupa pemungutan angket/kuisisioner kepada 100 (Seratus) penumpang Bus Trans Semanggi berdasarkan *random sampling* untuk mengetahui gambaran, fenomena, kejadian, serta peristiwa secara langsung yang terjadi pada operasional Bus Trans Semanggi di Kota Surabaya.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa pada *Product* (Bus Trans Semanggi) seluruh penumpang menilai interior dan eksterior Bus Trans Semanggi terlihat bagus dan dirasa nyaman. Pada *Price* (Tarif Bus Trans Semanggi) dirasa terjangkau dan mudah dalam metode pembayaran oleh mayoritas atau Sebagian besar penumpang Bus Trans Semanggi. Pada *Place* (Rute dan Halte/Bus Stop Bus Trans Semanggi) mayoritas penumpang merasa bahwa rute yang dilalui bisa menjangkau lokasi tujuan dengan tepat namun sangat perlu untuk menambah rute baru agar bisa menjangkau seluruh Kota Surabaya. Pada *Promotion* (Kepopuleran Bus Trans Semanggi) masih cukup banyak penumpang yang belum mengetahui akun media sosial Bus Trans Semanggi dan hampir setengah dari penumpang belum pernah menjumpai iklan Bus Trans Semanggi baik melalui media sosial, siaran televisi, siaran radio, media cetak, dan sebagainya.

Kata Kunci : Penelitian, Analisis, Bauran Pemasaran, Bus Trans Semanggi,

ABSTRACT

YANUAR RAMADHAN, 1542010068, 1542010068@studnet.upnjatim.ac.id

Marketing Mix Transportation Analysis of Bus Trans Semanggi

This study aims to analyze the Trans Semanggi Bus in increasing the number of passengers based on marketing mix (4P Marketing Mix). The method used is qualitative using descriptive analysis that refers to the concept of 4P marketing mix, namely Product (Trans Semanggi Bus), Price (Trans Semanggi Bus Fare), Place (Route and Stop Bus / Bus Stop Trans Semanggi Bus), and Promotion (Popularity of Trans Semanggi Bus) through data collection techniques in the form of questionnaires / questionnaires to 100 (One Hundred) Trans Semanggi Bus passengers based on random sampling to find out the picture, phenomenon, events, as well as direct events that occurred at the operation of the Trans Semanggi Bus in Surabaya city.

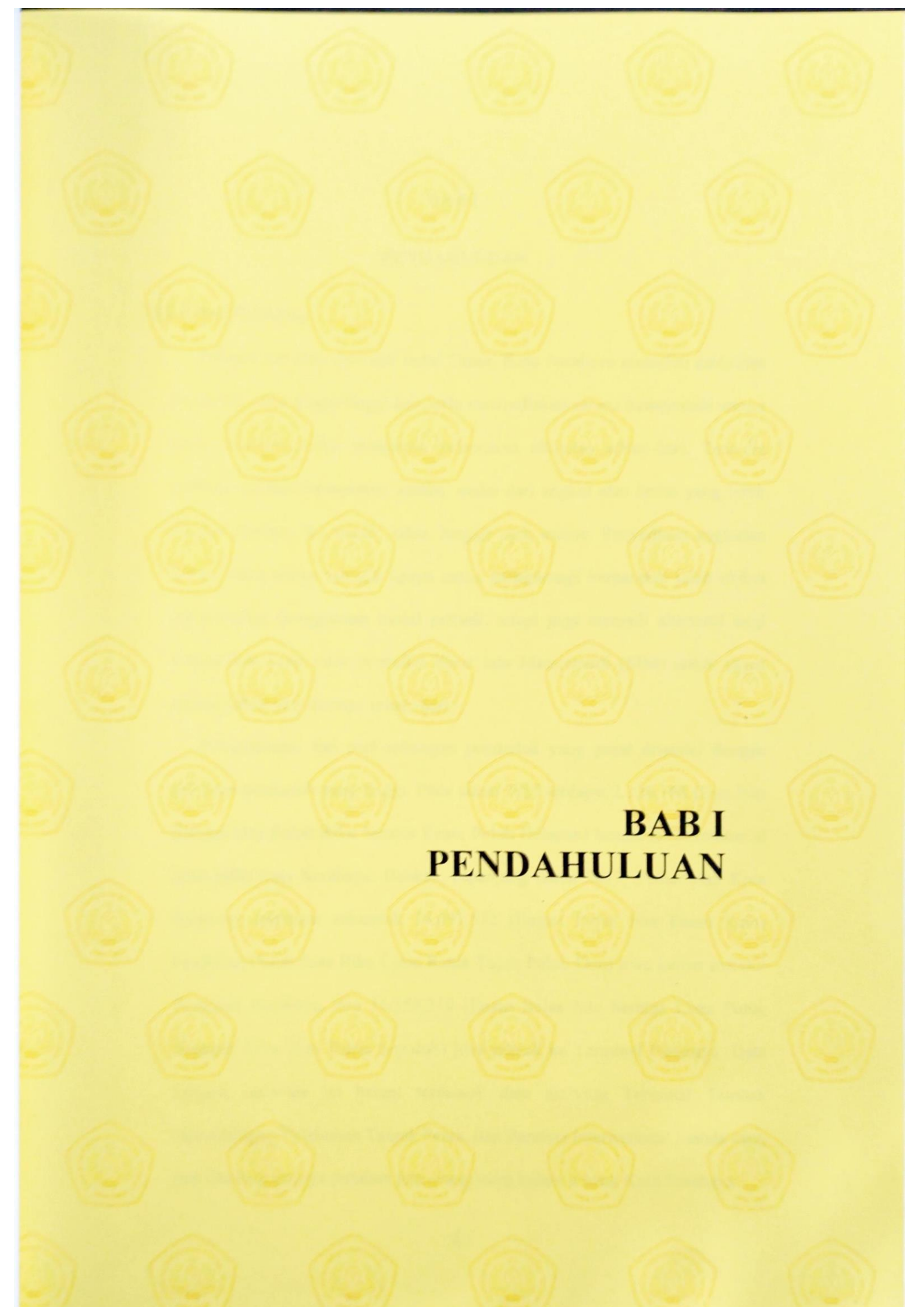
From the results of the study showed that in the Product (Trans Semanggi Bus) all passengers assessed the interior and exterior Trans Semanggi Bus looks good and feels comfortable. At Price (Trans Semanggi Bus Fare) is considered affordable and easy in payment methods by the majority or most passengers of Trans Semanggi Bus. At Place (Route and Stop Bus / Bus Stop Trans Semanggi Bus) the majority of passengers feel that the route traversed can reach the destination location appropriately but it is very necessary to add a new route in order to reach the entire city of Surabaya. In Promotion (Popularity of Trans Semanggi Bus) there are still quite a lot of passengers who do not know the social media accounts of Trans Semanggi Bus and almost half of passengers have never encountered Trans Semanggi Bus advertisements either through social media, television broadcasts, radio broadcasts, print media, and so on.

Keywords : Research, Analysis, Marketing Mix, Trans Semanggi Bus.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN MENGIKUTI UJIAN SKRIPSI PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN MENGIKUTI UJIAN SKRIPSI FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
ABSTRAK.....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	6
1.4.2 Manfaat Praktis.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
2.2 Pemasaran.....	8
2.2.1 Konsep Pemasaran.....	9
2.2.2 Fungsi Pemasaran.....	11
2.3 Strategi Pemasaran.....	13
2.4 Jasa.....	14
2.4.1 Karakteristik Jasa.....	15
2.5 Transportasi.....	16
2.6 Penumpang.....	17
2.7 <i>Marketing Mix</i> (Bauran Pemasaran).....	17
2.8 Kerangka Berpikir.....	18
BAB III METODE PENELITIAN.....	20
3.1 Jenis Penelitian.....	20
3.2 Lokasi dan Objek Penelitian.....	22
3.3 Populasi, Sampel, dan Penarikan Sampel.....	22
3.3.1 Populasi.....	22
3.3.2 Sampel dan Penarikan Sampel.....	23

3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	23
3.4.1 Kuisisioner.....	23
3.5 Teknik Analisis Data.....	23
3.5.1 Analisis Deskriptif Kualitatif.....	24
3.5.2 Panduan Kuisisioner.....	24
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	26
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	26
4.1.1 Sejarah Bus Trans Semanggi.....	26
4.1.2 Logo Bus Trans Semanggi.....	27
4.1.3 Spesifikasi Armada Bus.....	27
4.1.4 Rute Bus Trans Semanggi.....	29
4.1.5 Tarif dan Layanan.....	31
4.1.6 Perawatan dan Pemeliharaan Unit.....	31
4.2 Hasil Penelitian.....	31
4.2.1 Penyajian Data.....	31
4.2.2 Identitas Informan Kuisisioner.....	32
4.2.3 Identitas Informan Kuisisioner Berdasarkan Jenis Kelamin.....	36
4.2.4 Identitas Informan Kuisisioner Berdasarkan Status.....	40
4.3 Pembahasan.....	45
4.3.1 <i>Product</i> (Bus Trans Semanggi).....	45
4.3.1.1 Jawaban Berdasarkan Status Penumpang.....	45
4.3.1.2 Jawaban Berdasarkan Jenis Kelamin Penumpang.....	51
4.3.2 <i>Price</i> (Tarif Bus Trans Semanggi).....	57
4.3.2.1 Jawaban Berdasarkan Status Penumpang.....	57
4.3.2.2 Jawaban Berdasarkan Jenis Kelamin Penumpang.....	64
4.3.3 <i>Place</i> (Rute dan Halte/Bus Stop).....	70
4.3.3.1 Jawaban Berdasarkan Status Penumpang.....	70
4.3.3.2 Jawaban Berdasarkan Jenis Kelamin Penumpang.....	77
4.3.4 <i>Promotion</i> (Kepopuleran Bus Trans Semanggi).....	83
4.3.4.1 Jawaban Berdasarkan Status Penumpang.....	83
4.3.4.2 Jawaban Berdasarkan Jenis Kelamin Penumpang.....	90
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	97
5.1 Kesimpulan.....	97
5.2 Saran.....	102
DAFTAR PUSTAKA.....	105
DAFTAR LAMPIRAN.....	107



BAB I
PENDAHULUAN

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sebagai ibu kota Provinsi Jawa Timur, Kota Surabaya memiliki mobilitas penduduk yang sangat tinggi dan perlu menyediakan sarana transportasi umum yang memadai untuk menjamin kelancaran aktivitas sehari-hari. Tersedia berbagai pilihan transportasi umum, mulai dari angkot atau bemo yang lebih dikenal dengan len, becak, taksi, hingga ojek online. Penyediaan angkutan umum tidak hanya sebagai upaya untuk mengurangi kemacetan jalan akibat penumpukan penggunaan mobil pribadi, tetapi juga menjadi alternatif bagi masyarakat yang tidak memiliki Surat Izin Mengemudi (SIM) untuk dapat menjalankan aktivitasnya sehari-hari.

Pertumbuhan dan perkembangan penduduk yang pesat ditandai dengan aktivitas penduduk yang tinggi. Pada tahun 2015 terdapat 2.126.168 (Dua Juta Seratus Dua Puluh Ribu Seratus Enam Puluh Delapan) kendaraan bermotor di jalan-jalan kota Surabaya. Bahkan, sepanjang tahun 2017, Pemerintah Kota Surabaya mencatat sebanyak 14.691.572 (Empat Belas Juta Enam Ratus Sembilan Puluh Satu Ribu Lima Ratus Tujuh Puluh Dua) jiwa keluar melalui Terminal Purabaya, dan 16.158.310 (Enam Belas Juta Seratus Lima Puluh Delapan Ribu Tiga Ratus Sepuluh) jiwa masuk ke Terminal Purabaya. Data volume aktivitas ini belum termasuk data aktivitas Terminal Tambak Osowilangun, Pelabuhan Tanjung Perak, dan Bandara Internasional Juanda yang jika dihitung artinya puluhan juta orang yang keluar masuk Kota Surabaya.

Dengan puluhan juta orang yang keluar masuk setiap tahunnya untuk beraktivitas, kota ini jelas memiliki peran strategis sebagai Ibu Kota Provinsi Jawa Timur. Masyarakat inilah yang membutuhkan pelayanan angkutan umum yang memadai agar setiap saat menggunakan fasilitas angkutan umum dan menahan laju pertumbuhan jumlah kendaraan pribadi agar tidak membuat jalanan Kota Surabaya semakin padat.

Dalam rangka mewujudkan fasilitas angkutan umum, pemerintah pusat memberikan kebebasan kepada pemerintah daerah untuk mengembangkan sarana angkutan umum. Beberapa kota besar di Indonesia telah meluncurkan inovasi seperti *Mass Rapid Transit/Moda Raya Terpadu (MRT)* dan *Light Rail Transit (LRT)* di Kota Jakarta. Keduanya dipilih karena memiliki kapasitas penumpang yang besar sehingga lebih efisien dalam mengangkut banyak orang.

Tidak terkecuali, bus masih menjadi alternatif memadai yang dipilih sebagai sarana transportasi umum Kota Surabaya. Selain memiliki kapasitas penumpang yang besar, bus ini juga dinilai ideal karena selain muda, murah dan dapat mencapai tujuan dengan tepat penumpang melalui halte dan titik pemberhentian yang tidak lagi memerlukan fasilitas penunjang khusus karena dapat berhenti di mana saja layaknya angkot atau bemo.

Pada tahun 2018 Pemerintah Kota Surabaya meluncurkan inovasi layanan transportasi umum publik konvensional yakni Suroboyo Bus. Melayani 8 (Delapan) koridor/rute yang diantaranya rute dari selatan ke utara yakni dari dan ke Terminal Purabaya dari dan ke Tanjung Perak yang kemudian diberi

kode R1 - R2, serta dari barat ke timur yakni mulai dari dan ke UNESA Lidah hingga ITS yang kemudian diberi kode R3 - R4.

Rute ini rencananya akan dilayani sebanyak 150 unit Suroboyo Bus. Namun, demi penghematan anggaran dari biaya operasional dan dan perawatan, Pemerintah Kota Surabaya dan memberikan kesempatan kepada swasta untuk turut serta memberikan layanan transportasi umum berspesifikasi bus yang sama dengan Suroboyo Bus. Hingga di Tahun 2021 melalui gabungan 3 konsorium operator bus ternama yakni Kalisari, Tentrem, dan Harapan Jaya bekerja sama dengan mendirikan PT. Seduluran Bus Suroboyo untuk menghadirkan Trans Semanggi yang kemudian bus ini melayani perjalanan koridor R3 s.d. R4 (UNESA Lidah-ITS).

1. *Product* (Bus Trans Semanggi)

Bus yang diperkenalkan pada tahun 2021 in berjumlah 17 unit dengan rincian 15 unit sebagai armada utama dan 2 unit sebagai armada cadangan. Bus ini beroperasi mulai pukul 05.00 WIB hingga pukul 21.00 WIB dengan kapasitas 67 penumpang, diharapkan mampu menjadi layanan transportasi yang diunggulkan guna mengurangi penggunaan kendaraan pribadi oleh masyarakat Kota Surabaya. Fasilitas berupa pendingin udara dan *stock contact* disediakan secara gratis di dalam bus yang bisa digunakan langsung tanpa perlu membawa *adaptor*.

Pemberian perhatian Pemerintah Kota Surabaya juga terwujud dari sama persisnya fasilitas yang ada untuk setiap armada Trans Semanggi berupa pemantauan CCTV demi keamanan dan kenyamanan penumpang selama

perjalanan dan penggunaan pangkalan (*Pool*) dalam perawatan dan pengecekan dari unit Bus Trans Semanggi di Eks Terminal Kedung Cowek.

2. *Price* (Tarif Bus Trans Semanggi)

Untuk menggunakan transportasi ini masyarakat dikenai tarif Rp5.000,00/orang untuk sekali perjalanan jauh dekat yakni dalam 1 *loop* (putaran) rute.

3. *Place* (Rute Bus Trans Semanggi)

Sedangkan rute yang dilalui bus ini yakni mulai dari UNESA Lidah Wetan – Jl. Raya Babatan – Jl. Meyjen Yono Suwoyo – Jl. HR. Muhammad – Jl. Meyjen Sungkono – Jl. Kutai – Jl. Bengawan – Jl. Raya Darmo – Jl. Urip Sumoharjo – Jl. Basuki Rahmat – Jl. Gubernur Suryo – Jl. Yos Sudarso – Jl. Walikota Mustajab – Jl. Gubeng Pojok – Jl. Meyjend Prof Dr. Moestopo – Jl. Dharmahasada – Jl. Kertajaya – Jl. Manyar Kertoajo – Jl. Raya Kertajaya Indah – Bundaran ITS – Jl. Raya ITS – Jl. Raya Kejawen Putih Tambak. Kemudian kembali ke Jl. Raya ITS – Bundaran ITS – Jl. Raya Kertajaya Indah – Jl. Manyar Kertoajo – Jl. Kertajaya – Jl. Dharmahasada hingga menuju UNESA Lidah Wetan kembali.

4. *Promotion* (Promosi)

Bus Trans Semanggi memiliki akun media sosial Instagram yang bernama *transsemanggisbs.official* sebagai media komunikasi kepada masyarakat umum. Bus Trans Semanggi mengundang JTV untuk melakukan peliputan saat peluncuran pertama kali (*Launching*).

Data yang diperoleh penulis dari PT. Seduluran Bus Suroboyo selaku pengelola Bus Trans Semanggi, dalam 2 bulan berjalan ini telah mengangkut 5187 (Lima Ribus Seratus Delapan Puluh Tujuh) penumpang dengan waktu tempo 1 unit armada beroperasi sebanyak 5 kali putaran dalam rute sehari.

Kehadiran moda transportasi ini sangat menarik untuk dikaji mengingat tidak adanya pesaing yang sejenis dalam jasa layanan transportasi umum pada rute tersebut, sehingga penulis akan menganalisis bauran pemasaran 4P (*Product, Price, Place, Promotion*) pada Bus Trans Semanggi, yakni kenyamanan Bus Trans Semanggi (*Product*), kesesuaian tarif terhadap layanan yang didaat pengguna jasa transportasi Bus Trans Semanggi (*Price*), kepopuleran Bus Trans Semanggi oleh penumpang (*Promotion*), dan keterjangkauan rute Bus Trans Semanggi (*Place*).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah fasilitas yang tersedia di dalam Bus Trans Semanggi mampu memberikan kenyamanan para penumpang?
2. Apakah tarif yang dikenakan untuk menggunakan transportasi Bus Trans Semanggi dirasa terjangkau oleh penumpang?
3. Apakah rute yang dilalui dianggap telah mampu menjangkau lokasi tujuan penumpang Bus Trans Semanggi?
4. Apakah penumpang pernah melihat iklan Bus Trans Semanggi baik melalui media elektronik, poster, maupun media sosial?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Bus Trans Semanggi dalam meningkatkan jumlah penumpang berdasarkan *Marketing Mix* (Bauran Pemasaran 4P).

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan menjadi sebuah referensi untuk penelitian selanjutnya, khususnya dalam ruang lingkup Program Studi Administrasi Bisnis yang berkaitan dengan *Marketing Mix* (Bauran Pemasaran 4P). Serta memberikan sumbangan kepuastakaan sebagai informasi tambahan yang berguna bagi pembaca, juga memberikan sumbangan pemikiran bagi pihak-pihak yang memiliki permasalahan serupa atau hendak melaksanakan penelitian lebih lanjut.

1.4.2 Manfaat Praktis

Kedepannya penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan atau masukan kepada PT. Seduluran Bus Suroboyo dalam merancang strategi pemasaran jasa transportasi Bus Trans Semanggi.