

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Moda transportasi darat mengalami perubahan dengan menyesuaikan kebutuhan zaman. Transportasi darat mengalami perubahan hal ini dikarenakan transportasi darat merupakan penopang terbesar dari kegiatan masyarakat Indonesia. Dengan demikian menandakan bahwa kegiatan transportasi menjadi sesuatu yang penting dalam segala kegiatan masyarakat. Masyarakat memerlukan transportasi sebagai sarana pendukung kegiatan dalam melakukan perpindahan benda maupun orang yang berada pada lokasi awal ke lokasi tujuan dengan menggunakan akomodasi kendaraan (salim, 2000) dalam jurnal (Arikha dkk, 2020:3).

Di era modern ini masyarakat mempunyai aktivitas yang beragam dan untuk memenuhi aktivitas tersebut masyarakat memerlukan adanya transportasi sebagai alat penunjang/alat bantu dalam melakukan aktivitasnya. Oleh karena itu pengusaha jasa transportasi berlomba-lomba menggaet konsumennya dengan peningkatan pelayanan, kemudahan pemesanan, kenyamanan armada, ketepatan waktu dan lain sebagainya. Di Indonesia banyak di jumpai sepeda motor juga melakukan fungsi sebagai kendaraan umum yaitu mengangkut orang/barang dan memungut biaya yang disepakati, moda transportasi ini dikenal dengan nama ojek. Moda transportasi ojek sudah dikenal terutama di Jakarta dan daerah lain sejak bertahun-tahun lalu, namun saat ini ojek sudah banyak digunakan terutama di kota-kota besar yaitu Jabodetabek, Bandung, Surabaya, Bali, dan Makasar. Seiring dengan berkembangnya teknologi saat ini terdapat aplikasi yang mengenalkan layanan pemesanan ojek menggunakan teknologi dan memakai standar pelayanan. Sebelumnya ojek memakai sistem pangkalan berbasis wilayah di tikungan dan mulut-mulut gang. Pengendara ojek dari wilayah lain tidak bisa

sembarangan “mangkal” di suatu wilayah tanpa ijin dari pengendara ojek di wilayah tersebut. Untuk menggunakan jasa ojek pun, pemakai jasa harus membayar kontan dan tak jarang sering ditawari tawar-menawar. Saat ini sudah banyak penyedia jasa ojek online di Surabaya yang dikenal dengan nama Go-Jek, Blu-Jek, Taksi Roda Dua, Grab Bike, Ojek Syar’i, Bang Ojek Aja. Semua memberikan pelayanan yang hampir sama mulai dari mengantarkan orang dengan biaya yang berbeda-beda namun dengan sistem pemesanan yang sama yaitu pemesanan melalui aplikasi telepon genggam maupun website. Semakin banyaknya ojek online berdampak pada semakin ketatnya persaingan. Faktor yang menjadi penyebab terjadinya hal tersebut yakni adanya persaingan dan banyaknya alternatif pilihan jasa ojek online. Hal ini menjadikan konsumen semakin selektif. Konsumen akan memilih salah satu diantara pilihan alternative yang menurutnya sesuai dengan yang diinginkan. Mengantisipasi keadaan tersebut maka perusahaan ojek online harus bisa menciptakan kualitas layanan dan harga yang sesuai agar dapat menciptakan kepuasan pelanggan menurut (Nafisa Choirul, 2016:1)

Beberapa tahun terakhir di Indonesia telah mengalami transformasi, termasuk dalam bidang transportasi. Kota Mataram merupakan salah satu kota di Indonesia dimana transportasi berkembang dengan pesat. Kemudahan mengakses berbagai hal melalui ponsel pintar (smartphone) membuat beberapa perusahaan menggunakan peluang ini untuk mengembangkan aplikasi transportasi berbasis online seperti Uber, Grab, Go-Jek, dll. Jika dibandingkan Uber dan Grab maka Go-jek jauh lebih meledak digunakan oleh masyarakat kota Mataram. Perubahan model transportasi dari konvensional ke transportasi berbasis aplikasi sangat diminati oleh masyarakat Mataram dan ini merupakan suatu bentuk perubahan sosial masyarakat yang menghendaki kemudahan dalam penggunaan moda transportasi. Perubahan-perubahan yang terjadi pada masyarakat merupakan gejala yang normal. Diantara faktor penyebab dan penunjang perubahan sosial adalah teknologi dan masyarakat itu sendiri, Beralihnya jasa pengguna transportasi konvensional ke transportasi online dipengaruhi oleh faktor kecanggihan alat komunikasi (teknologi) dan keinginan masyarakat yang senantiasa menghendaki kemudahan menurut (Muhammad Ali dkk, 2018:76)

*Customer switching* terbentuk dengan sikap positif terhadap sebuah produk yang ditandai dengan komitmen pada masa mendatang. Jika hal ini terbentuk, besarnya investasi

pengembangan kualitas layanan dapat menghasilkan kepuasan secara optimal guna membangun kepercayaan pelanggan untuk menggunakan jasa tersebut. Berpijak pada hal tersebut maka perusahaan transportasi pun dihadapkan pada tantangan kompetisi pelayanan kepada pengguna jasa. Salah satunya adalah PT. Gojek dalam bidang taksi berbasis *online* yang di kenal *Go-car* sesuai dengan tujuan maka pihak perusahaan berusaha untuk memberikan layanan dengan membuat inovasi layanan melalui internet. Pemenuhan layanan publik sengaja diciptakan untuk menarik minat masyarakat untuk menggunakan jasa layanan transportasi tersebut dengan menetapkan harga yang sangat terjangkau dan sesuai dengan yang telah di tetapkan sesuai palikasi tersebut tanpa adanya penambahan biaya lain-lain, Serta perusahaan harus selektif dalam pemilihan moda transportasi yang akan di gunakan oleh *driver* guna pemenuhan fasilitas yang akan menunjang loyalitas dan kepuasan pelanggan tersebut

*Go-car* di Banyuwangi sangat di minati oleh khalayak umum seperti para pekerja, pelajar. Pemilihan tersebut dikarenakan harga yang di tetapkan sesuai dengan fasilitas pelayanan yang di dapatkan dan masyarakat dimudahkan dengan pemesanan serta perusahaan sering memberikan potongan harga kepada pelanggan melalui aplikasi tersebut, di musim pandemic seperti ini pihak *driver* memberikan masker kepada penumpang yang tidak memakai masker dan memberi *hand sanitizer* serta memperhatikan kebersihan moda angkutan yang digunakan, Dari situlah penumpang merasa nyaman dan aman dengan pelayanan, keramahan yang di berikan.

Berangkat dari pemikiran tersebut maka penulis tertarik untuk meneliti lebih jauh mengenai *customer switching* pada pengguna jasa taksi konvensional ke taksi online di Banyuwangi. Oleh karena itu permasalahan dalam penelitian ini adalah apakah masing-masing dimensi pelayanan, persepsi harga, fasilitas berpengaruh terhadap *customer switching* pada pengguna jasa transportasi taksi konvensional ke taksi berbasis online di Banyuwangi. Kemudian apakah masing-masing dimensi pelayanan, persepsi harga, fasilitas serta *customer switching* berpengaruh terhadap *customer switching* pada pengguna transportasi taksi konvensional ke taksi online.

Oleh karena itu, Berdasarkan uraian di atas penulis tertarik untuk menyusun Proposal Skripsi dengan judul. **“FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI CUSTOMER SWITCHING DARI TAKSI KONVENSIONAL KE TAKSI ONLINE” (Studi Kasus**

**Pelanggan *go-car* di Banyuwangi**). Alasan pemilihan judul adalah untuk mengetahui apakah dimensi pelayanan driver, persepsi tarif, moda angkutan, berpengaruh terhadap *customer switching* di kota banyuwangi.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah pelayanan driver berpengaruh terhadap *customer switching* di kota banyuwangi?
2. Apakah Persepsi harga berpengaruh terhadap *customer switching* di kota banyuwangi?
3. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap *customer switching* di kota banyuwangi?

## 1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

### 1.3.1 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis pengaruh pelayanan driver terhadap *customer switching* di kota banyuwangi.
2. Untuk menganalisis pengaruh persepsi harga terhadap *customer switching* di kota banyuwangi.
3. Untuk menganalisis pengaruh fasilitas terhadap *customer switching* di kota banyuwangi.

### 1.3.2 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini adalah :

1. Bagi Perusahaan

Dapat dipakai sebagai bahan evaluasi perusahaan bersangkutan untuk lebih memperhatikan bahkan semakin meningkatkan kualitas pelayanan mereka di kemudian hari. Dari dimensi kualitas pelayanan yang diciptakan oleh perusahaan diharapkan kedepannya perusahaan mampu berbenah agar tercipta sebuah kepuasan konsumen dan mampu merebut perhatian masyarakat sehingga dapat menguasai

pasar lebih baik lagi seperti yang diharapkan jangka panjang oleh perusahaan terkait.

2. Bagi Unimar Amni

Dapat digunakan sebagai tambahan informasi dan bahan referensi untuk peneliti selanjutnya bagi mahasiswa/i UNIMAR AMNI Semarang..

3. Bagi Pembaca

Memberikan tambahan referensi dari hasil penelitian ini sehingga dapat mengembangkan pemikiran-pemikiran logis yang nantinya berguna untuk perkembangan penelitian selanjutnya, serta sebagai acuan untuk bahan pertimbangan dalam hal penggunaan jasa transportasi.

#### **1.4 Sistematika Penulisan**

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan, maka disusun suatu sistematika penulisan yang berisi informasi mengenai materi yang dibahas dalam tiap-tiap bab, yaitu:

**BAB 1 : Pendahuluan**

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan.

**BAB 2 : Tinjauan Pustaka**

Membahas tentang tinjauan pustaka, penelitian terdahulu, hipotesis, kerangka pemikiran dan diagram penelitian.

**BAB 3 : Metodologi Penelitian**

Bab ini berisi tentang variabel penelitian dan definisi operasional, penentuan populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, metode analisa data.

**BAB 4 : Hasil dan Pembahasan**

Analisis data dan pembahasan, menguraikan tentang data-data yang telah diperoleh dari intansi terkait.

**BAB 5 : Penutup**

Penutup, menguraikan tentang kesimpulan dan saran.

**Daftar Pustaka**

## Lampiran