

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Hari berganti hari, dunia akan semakin berkembang dengan teknologi yang kian bertambah canggih. Dengan kemajuan teknologi tersebut, ingin ataupun tidak, masyarakat harus mengikuti. Teknologi yang canggih tersebut juga akan mengubah gaya hidup masyarakat dunia secara signifikan karena dapat mempermudah masyarakat dalam menjalankan aktifitas mereka. Seperti adanya internet di zaman sekarang ini, tidak jarang segala sesuatunya bahkan untuk alat transportasi saja sudah menggunakan internet atau biasa disebut dengan transportasi *online*.

Transportasi *online* adalah perusahaan transportasi yang menggunakan internet pada sebuah aplikasi sebagai jembatan yang menghubungkan antara pengguna dan pengemudi untuk mempermudah pemesanan dan mengetahui tarif perjalanan yang bisa langsung dilihat dari dalam aplikasi. Transportasi *online* ini memiliki nama layanan yang berbeda-beda disetiap perusahaannya. Kendaraan yang digunakan dapat berupa kendaraan roda empat (mobil) dan sepeda motor. Dengan merek dan model kendaraan yang berbeda juga, semua tergantung pada kendaraan apa yang dipilih dan diminta oleh pengguna untuk melayani perjalanannya.

Pada perkembangannya, transportasi yang berbasis aplikasi ini juga sudah

merambah sangat cepat. Di luar negeri, pilihan transportasi *online* ini jauh lebih dulu berkembang dibanding Indonesia khususnya di Kota Batam. Transportasi *online* juga baru dapat dirasakan masyarakat Kota Batam sekitar tahun 2015. Meski masyarakat Batam terlambat untuk dapat merasakan transportasi *online* tersebut, sekarang transportasi *online* sudah menjamur sangat cepat karena dianggap lebih efektif seperti ketika seseorang ingin menuju suatu lokasi, mereka dapat memanggil pengemudi hanya dengan memberikan beberapa sentuhan pada layar ponsel mereka. Hal ini, akan menguntungkan bagi seseorang karena tidak menghabiskan banyak waktu seperti dalam menunggu transportasi konvensional ketika ia ingin sampai pada tujuannya.

Di sisi lain, ketika seseorang ingin menuju suatu lokasi, ia dapat memilih dengan siapa dia ingin diantarkan, karena di dalam aplikasinya, perusahaan transportasi *online* tersebut akan memberikan informasi mengenai pengemudi yang akan digunakan jasanya. Selain itu, pengguna transportasi *online* ini juga diberikan kemudahan untuk melihat pada aplikasi yang sudah diinstal dalam ponsel mereka berapa tarif yang dikenakan dalam jarak tertentu ketika menuju suatu lokasi meskipun belum memulai perjalanannya. Penggunapun juga bisa langsung memberikan penilaian pada aplikasi untuk pengemudi yang telah dipakai jasanya dalam mengantarkan mereka sesuai dengan lokasi yang mereka tuju.

Namun, sekian banyak hal yang akan didapatkan pengguna yang memilih transportasi *online* ini, tentu ada pula fenomena yang terjadi meskipun sudah dianggap sangat baik. Setiap orang akan memiliki persepsi dan pandangan yang berbeda-beda pula. Persepsi merupakan suatu proses yang digunakan oleh

seseorang untuk memilih, mengorganisir, dan menginterpretasi sesuatu menjadi sebuah informasi yang bermakna, (Ferrinadewi 2008 : 42 dan Santoso 2015 : 90). Diantara persepsi yang ada, masih tidak sedikit masyarakat Indonesia khususnya Batam yang kurang mengetahui teknologi dan informasi yang berkembang saat ini. Kata yang lebih dikenal masyarakat dengan fenomena ini biasanya disebut “*gaptek*” atau singkatan dari gagap teknologi. Di samping itu, memang sudah tidak terlalu banyak lagi yang kurang paham dalam penggunaan teknologi pada saat ini. Sebagian yang lain, tidak jarang masyarakat sulit beralih dan tidak memilih transportasi *online* ini dikarenakan mereka sudah terbiasa dengan transportasi konvensional yang mereka gunakan, atau bisa saja karena hal lain seperti tarif yang mereka persepsikan. Seperti yang dikatakan oleh Aswad, et.al (2018 : 79) keputusan pembelian atau keputusan memilih yang dilakukan oleh konsumen juga berdasarkan pada penilaian yang dibentuk tentang suatu nilai pemasaran yang dilakukan oleh pemasar.

Perihal sebuah tarif, tarif adalah harga yang dikenakan kepada seseorang setelah mereka menikmati jasa atau pelayanan yang diberikan. Setiap transportasi *online* akan menetapkan tarif yang berbeda. Pengguna akan diberikan pilihan layanan mana yang akan dia pilih untuk perjalanan mereka. Ada pengguna yang menganggap sebagian transportasi *online* memiliki tarif yang tidak sesuai dengan keinginannya dan mereka terkadang lebih memilih transportasi konvensional agar mendapatkan tarif yang lebih murah. memilih transportasi *online* karena tarif yang diberikan sesuai pula dengan pelayanannya. Masalah lain mengenai tarif ini adalah ketika cuaca dalam keadaan tidak bersahabat atau hujan, tarif salah satu

perusahaan transportasi *online* (Go-Jek) ini juga akan mengalami kenaikan pula. Hal tersebut juga menjadi pertimbangan pengguna untuk memilih transportasi *online* yang ada.

Jika dibandingkan dengan transportasi konvensional, transportasi *online* mungkin menjadi sebuah pilihan kedua karena tarif yang tidak tetap dan sebagian masyarakat menganggap bahwa tarif yang diberikan cukup mahal. Namun bagi perusahaan transportasi *online* tersebut, hal itu adalah bagian dari strategi yang dilakukan sebagai sebuah inovasi perusahaan untuk menarik pengguna transportasi *online*. Dalam penelitian ini, peneliti memberikan gambaran tarif sebuah perusahaan transportasi *online* dari tahun 2014 hingga tahun 2017.

Tabel 1.1 Tarif Transportasi *Online* Perusahaan Go-Jek Tahun 2014-2017

Tahun	Tarif	Delta (Δ)
2017	Rp. 2000/kilometer	-
2016	Rp. 12.000/ 1-10 kilometer	(10.000)
2015	Rp. 15.000 kemana saja	(3000)
2014	Rp. 10.000 kemana saja	5000

Sumber : Data Sekunder, diakses pada 04 Oktober 2018

Dari tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa tarif yang diberikan transportasi *online* setiap tahunnya memiliki perubahan. Bahkan beberapa waktu belakangan, tarif yang diberikan dapat berubah hanya dalam hitungan bulan. Diketahui pada data tarif tahun 2014 pengguna transportasi *online* dapat menikmati jasa transportasi *online* hanya dengan membayar Rp.10.000 untuk tujuan kemana saja. Pada tahun 2015 perusahaan tersebut menaikkan tarif sebesar Rp.5000 dan

pengguna dapat menikmati jasa mereka dengan mengeluarkan uang sebesar Rp.15.000 untuk tujuan kemana saja. Pada tahun 2016, perusahaan transportasi tersebut mengubah strategi mereka dengan tarif Rp.12.000 untuk jarak tempuh 1 sampai 10 kilometer. Dan pada tahun 2017, perusahaan tersebut menetapkan tarif sebesar Rp. 2000 per kilometernya. Delta dalam data diatas juga menunjukkan perubahan dari (10.000) menurun ke (3000) dan naik lagi ke 5000. Oleh sebab itu, data tersebut layak untuk diteliti karena menunjukkan ketidakstabilan.

Selain tarif yang ditetapkan perusahaan transportasi *online* berbeda dengan transportasi konvensional, perusahaan pasti memiliki alasan tertentu pula. Transportasi *online* menunjukkan bahwa tarif yang diberikan seimbang dengan pelayanan yang akan mereka berikan. Pelayanan adalah suatu kegiatan yang dilakukan seseorang kepada orang lain namun tidak akan memberikan kepemilikan apapun. Menurut Kotler & Keller (2009 : 52), ada lima unsur pelayanan, yaitu bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliabilitas*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan empati (*empathy*).

Pelayanan yang diberikan perusahaan transportasi *online* ini tentu akan disampaikan oleh pengemudi atau *driver* itu sendiri. Pengemudi transportasi *online* ini juga bisa sebut kunci dari baik atau buruknya suatu pelayanan yang diberikan perusahaan tersebut. Belakangan ini, pengemudi transportasi *online* ini juga kian bertambah setiap tahunnya, dalam penelitian ini, peneliti memberikan data pengemudi (*driver*) salah satu perusahaan transportasi *online* yaitu sebagai berikut :

Tabel 1.2 Jumlah *Driver* Go-Jek Tahun 2014-2017

Tahun	Pengemudi (Driver)	Delta (Δ)
2017	250.000 orang	-
2016	220.000 orang	30.000
2015	200.000 orang	20.000
2014	10.000 orang	190.000

Sumber : Data Sekunder, diakses pada 04 Oktober 2018

Dari tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa pengemudi transportasi *online* pada salah satu perusahaan transportasi berbasis aplikasi ini sejak tahun 2014 sudah berjumlah 10.000 orang. Pada tahun 2015 pengemudi transportasi *online* meningkat sebanyak 200.000 orang. Pada tahun selanjutnya yaitu 2016, pengemudi transportasi *online* berubah menjadi 220.000 orang. Lalu, pada tahun 2017, bertambah lagi sebanyak 250.000 orang. Delta dalam data di atas juga menunjukkan perubahan dari 30.000 menurun menjadi 2000 dan naik menjadi 190.000. Hal tersebut membuktikan bahwa pengemudi transportasi *online* sebagai objek penyampaian jasa/pelayanan kepada pengguna transportasi *online* tersebut terus meningkat dan data yang disajikan layak untuk diteliti.

Pelayanan yang diberikan pengemudi transportasi *online* ini juga mendapat penilaian yang berbeda dari setiap pengguna karena adanya perbedaan persepsi yang berbeda pula. Tidak sedikit pengguna transportasi *online* ini memberikan keluhan pada pengemudi atas pelayanan yang dianggap tidak sesuai dengan harapan mereka. Ada sebagian pengguna transportasi tidak memperlakukan hal tersebut dan mengabaikan pelayanan transportasi *online* dibanding transportasi

konvensional yang mereka temui biasanya, karena yang terpenting untuk mereka adalah sampai pada tujuannya.

Fenomena yang marak terjadi sekarang ini adalah pengemudi transportasi *online* yang ugal-ugalan di jalan dan dapat membahayakan keselamatan penumpang. Masih banyak kasus-kasus lain yang terjadi belakangan ini dan sangat meresahkan masyarakat karena masih banyak pelayanan yang diberikan transportasi *online* tersebut tidak berjalan sesuai dengan yang seharusnya.

Selain masalah pelayanan yang diberikan, transportasi *online* juga memiliki kekurangan dalam penggunaan aplikasinya. Tidak jarang transportasi yang berbasis aplikasi ini mengalami *error* (kesalahan) sehingga aplikasi tidak berjalan dengan baik. Hal tersebut akan mengganggu karena akan membuat pengguna kesulitan untuk memesan transportasi *online* ini. Berikut ini, peneliti juga memberikan data berapa jumlah aplikasi yang telah diunduh salah satu perusahaan transportasi *online*, yaitu :

Tabel 1.3 Jumlah aplikasi Go-Jek yang telah diunduh tahun 2014-2017

Tahun	Jumlah Aplikasi Diunduh	Delta (Δ)
2017	40 juta kali	-
2016	10 juta kali	30.000.000
2015	6,1 juta kali	3.900.000
2014	150 ribu kali	5.950.000

Sumber : Data Sekunder, diakses pada 04 Oktober 2018

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa jumlah aplikasi salah satu perusahaan transportasi *online* sudah mencapai 40 juta kali unduhan. Sejak tahun

2014, aplikasi tersebut diunduh sebanyak 150 ribu kali. Pada tahun 2015, aplikasi transportasi *online* tersebut bertambah menjadi 6,1 juta kali pengunduhan. Pada tahun berikutnya yaitu tahun 2016, aplikasi diunduh semakin bertambah 4 juta lebih banyak dan menjadi 10 juta kali pengunduhan. Lalu pada tahun 2017, jumlah aplikasi transportasi *online* tersebut sudah terunduh sebanyak 40 juta kali. Delta dalam data di atas mengalami perubahan dari 30.000.000 menurun menjadi 3.900.000 dan naik menjadi 5.950.000.

Dari banyaknya jumlah aplikasi yang telah diunduh dari salah satu perusahaan transportasi *online* tersebut, sebagian masyarakat ada pula yang tidak memilih transportasi *online* ini karena dianggap terlalu rumit dan memerlukan pemahaman dalam penggunaan aplikasinya. Jogiyanto (2008 : 177) mengemukakan bahwa maksud kerumitan disini adalah persepsian pemakai yang menunjukkan seberapa sulit suatu teknologi komputer untuk dipahami dan digunakan. Kerumitan persepsian berhubungan dengan kegunaan persepsian (*perceived usefulness*) dan secara langsung akan mempengaruhi persepsian kegunaan (*perceived use*). Persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) adalah seberapa tingginya kepercayaan seseorang menilai penggunaan teknologi dan membuatnya lebih mudah dalam menyelesaikan suatu pekerjaan. Dengan kemudahan yang diberikan oleh suatu sistem, maka pengguna akan merasakan manfaat yang lebih sehingga persepsi kemudahan memiliki hubungan terhadap persepsi kemanfaatan, Mandasari & Giantari (2017 : 3640).

Lain halnya dalam penelitian ini, peneliti akan lebih dominan membahas mengenai pemilihan transportasi *online* yang digunakan oleh para mahasiswa

Universitas Swasta di Kota Batam. Transportasi *online* bagi mahasiswa adalah sesuatu yang sudah sangat wajar dan pelayanan yang sangat sering dinikmati jika mereka ingin pergi ke suatu lokasi termasuk ketika mereka menuju kampus. Selain penggunaan aplikasi yang cukup mudah, mereka juga menganggap transportasi *online* ini adalah pilihan yang tepat selain transportasi konvensional yang mereka temui biasanya. Mungkin persepsi seperti ini tidak dirasakan oleh semua mahasiswa yang ada, sebagian yang lain memiliki pendapat yang berbeda mengenai pemilihan transportasi yang mereka gunakan.

Berdasarkan fenomena yang telah diuraikan di latar belakang, maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian mengenai **“Pengaruh Tarif, Pelayanan, dan *Perceived Ease Of Use* terhadap Keputusan Memilih Transportasi *Online* pada Mahasiswa Universitas Swasta di Kota Batam”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Dari latar belakang tersebut, ditemukan beberapa permasalahan antara lain :

1. Ketika cuaca dalam keadaan tidak bersahabat atau hujan, tarif salah satu perusahaan transportasi *online* (Go-Jek) mengalami kenaikan.
2. Perbedaan persepsi pengguna transportasi *online* tentang pelayanan yang diberikan.
3. Pelayanan yang dianggap tidak sesuai dengan harapan.
4. Pengemudi transportasi *online* yang ugal-ugalan di jalan.
5. Aplikasi mengalami *error* (kesalahan) sehingga aplikasi tidak berjalan-

dengan baik.

6. Penggunaan aplikasi yang dianggap terlalu rumit.

1.3 Batasan Masalah

Dari berbagai identifikasi masalah yang ditemukan, peneliti membatasi permasalahan yaitu mengenai pengaruh tarif, pelayanan, dan *perceived ease of use* terhadap keputusan memilih transportasi *online* pada mahasiswa Universitas Swasta di Kota Batam.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang muncul, peneliti hanya mengambil beberapa permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah tarif berpengaruh terhadap keputusan memilih transportasi *online* pada mahasiswa Universitas Swasta di Kota Batam ?
2. Apakah pelayanan berpengaruh terhadap keputusan memilih transportasi *online* pada mahasiswa Universitas Swasta di Kota Batam ?
3. Apakah *perceived ease of use* berpengaruh terhadap keputusan memilih transportasi *online* pada mahasiswa Universitas Swasta di Kota Batam ?
4. Apakah tarif, pelayanan, dan *perceived ease of use* berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan memilih transportasi *online* pada mahasiswa Universitas Swasta di Kota Batam ?

1.5 Tujuan Penelitian

Dalam penelitian ini tujuan yang akan dicapai adalah untuk mengetahui :

1. Pengaruh tarif terhadap keputusan memilih transportasi *online* pada mahasiswa Universitas Swasta di Kota Batam.
2. Pengaruh pelayanan terhadap keputusan memilih transportasi *online* pada mahasiswa Universitas Swasta di Kota Batam.
3. Pengaruh *perceived ease of use* terhadap keputusan memilih transportasi *online* pada mahasiswa Universitas Swasta di Kota Batam.
4. Pengaruh tarif, pelayanan, dan *perceived ease of use* secara bersama-sama terhadap keputusan memilih transportasi *online* pada mahasiswa Universitas Swasta di Kota Batam.

1.6 Manfaat Penelitian

Dengan dilakukannya penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat teoritis dan praktis baik untuk kalangan pengguna, perusahaan transportasi *online* itu sendiri dan bagi Universitas Putera Batam yang antara lain :

1.6.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang mengulik perihal pengaruh tarif, pelayanan, dan *perceived ease of use* terhadap keputusan memilih transportasi *online* pada mahasiswa Universitas Swasta di Kota Batam.

2. Dapat memberikan manfaat sebagai referensi bagi pengembangan ilmu perihal topik yang sama pada penelitian ini.

1.6.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan khususnya di bidang manajemen pemasaran dan menerapkan teori yang didapatkan sewaktu kuliah.

2. Bagi Pengguna Transportasi *Online*

Penelitian ini diharapkan mampu mewakili opini pengguna terhadap transportasi *online* agar setelah ini mendapatkan tarif, layanan, dan kemudahan penggunaan yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pengguna.

3. Bagi Perusahaan Transportasi *Online*

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan solusi dan masukan sebagai pengambilan keputusan dalam strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran dan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pengguna transportasi *online*.

4. Bagi Universitas Putera Batam

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk bahan pengembangan ilmu pengetahuan dan menjadi suatu referensi pada penelitian yang akan datang.