

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang Masalah

Transportasi merupakan salah satu kebutuhan penting manusia pada saat ini. Transportasi menurut Adisasmita (2011) dalam Setyanto dan Samudro (2016) adalah kegiatan mengangkut atau memindahkan barang maupun manusia dari suatu tempat ke tempat lainnya. Transportasi memudahkan konsumen untuk melakukan aktivitas yang berhubungan dengan ekonomi, sosial dan sebagainya, sehingga tanpa adanya transportasi, aktivitas manusia tidak akan berjalan dengan baik (Utami, 2009). Salah satu transportasi umum yang banyak diminati masyarakat adalah taksi. Pengertian taksi menurut Setyanto dan Samudro (2016) yaitu salah satu jenis mobil penumpang yang diberi tanda khusus dan dilengkapi argometer sebagaimana diatur dalam pasal 1 butir 9 Peraturan Pemerintah Nomor 41 tahun 1993. Keunggulan taksi yaitu mudah ditemukan di area publik dan juga dianggap dapat menjamin keamanan pengguna (Winaya, 2014).

Dalam satu dekade terakhir muncul fenomena perkembangan teknologi yang diintegrasikan dengan transportasi. Teknologi yang digunakan dalam transportasi memudahkan konsumen mengakses berbagai hal melalui ponsel konsumen. Kondisi ini menciptakan beberapa perusahaan untuk mengembangkan aplikasi transportasi berbasis *online*. Menurut Setyanto dan Samudro (2016), perkembangan teknologi membuat konsumen menganggap bahwa transportasi publik menjadi lebih efisien dari segi akses dan biaya. Selain itu, efisiensi juga didapat oleh konsumen dari segi pemesanan yang dapat dilakukan secara cepat dan *real time* sehingga konsumen dapat melakukan mobilisasi kemanapun dengan aplikasi tersebut. Fenomena tersebut menyebabkan adanya peralihan pengguna taksi konvensional ke transportasi *online*.

Fenomena ini juga terjadi di New York dan Chicago yang ditunjukkan dengan adanya persaingan antara taksi konvensional dengan transportasi *online*. Penelitian yang dilakukan oleh Wallsten (2015) membahas tentang adanya kompetisi antara Uber dan taksi konvensional. Dalam penelitian tersebut diungkapkan bahwa tren taksi *online* berkembang cepat diakibatkan oleh

pelayanan taksi konvensional yang susah diandalkan jika ada intervensi faktor cuaca. Selain itu, sedikitnya keluhan konsumen pada Uber menjadi faktor lain yang menyebabkan peningkatan popularitas transportasi *online* di New York. Di Chicago, popularitas Uber meningkat akibat menurunnya keluhan konsumen seperti kerusakan mesin kartu kredit, kerusakan pendingin atau pemanas dalam taksi, perilaku kasar atau tidak sopan yang dilakukan oleh supir, dan penggunaan komunikasi lewat telepon genggam. Hasil dari penelitian ini juga menyimpulkan adanya bukti bahwa Uber menciptakan alternatif bagi konsumen yang tidak menyukai peraturan dari taksi konvensional dan adanya dukungan bagi taksi konvensional untuk meningkatkan kualitas layanan supaya mampu berkompetisi.

Demikian juga yang terjadi di Indonesia. Menurut website resmi Detik Finance menyatakan bahwa keadaan taksi konvensional sedang dalam masa yang tidak baik. Dari 32 penyedia taksi konvensional yang ada, hanya tersisa empat perusahaan yang masih bertahan hingga saat ini yaitu Blue Bird, Express, Gama dan Taxiku. Namun menurut Menteri Perhubungan Karya Sumardi dalam website resmi Detik Finance, hal ini terjadi bukan semata-mata karena munculnya taksi *online* tapi juga adanya masalah dalam sistem manajemen perusahaan yang menyebabkan perusahaan tersebut tidak lagi kompetitif. Selain itu, besarnya pasar angkutan umum yang masih ada membuat taksi *online* dan konvensional masih dapat berdampingan untuk berkompetisi dengan jumlah pelanggan yang sama banyaknya.

Perubahan tren transportasi ini tidak hanya memberikan dampak pada perusahaan saja, namun juga berdampak pada karyawan yang bekerja dalam perusahaan tersebut. Menurut Sugianto (2017) dalam website resmi Detik Finance, PT Express Transindo Utama Tbk yang merupakan salah satu contoh dari perusahaan taksi konvensional, telah melakukan pemutusan hubungan kerja (PHK) terhadap kurang lebih 250 karyawan per Juni 2017 dan memiliki rencana untuk menjual asset berupa tanah dan ruko serta beberapa unit armada untuk mengurangi kewajiban atau membayar hutang jangka panjang perseroan. Hal tersebut dilakukan juga untuk menunjang operasional PT Express Transindo Utama Tbk. Diakui juga bahwa hal ini terjadi akibat menurunnya utilitas armada taksi yang beralih ke transportasi berbasis aplikasi atau *online*.

Perkembangan teknologi dan peningkatan konsumsi masyarakat terhadap internet memunculkan peluang baru bagi penyedia jasa transportasi untuk berinovasi. Hal ini menarik perhatian para pengguna jasa transportasi untuk ikut mencoba dan memicu munculnya intensi untuk berpindah dari taksi konvensional ke taksi berbasis teknologi. Dilihat dari segi persaingan harga yang terjadi diantara penyedia jasa transportasi tersebut, didapati bahwa taksi konvensional tidak dapat berkompetisi untuk menurunkan harga yang dipatoknya. Oleh karena itu, tidak dapat dipungkiri apabila pengguna jasa transportasi dapat dengan mudah mempunyai intensi untuk beralih menggunakan transportasi *online*. Hal ini menyebabkan adanya persaingan ketat karena kedua belah pihak mempunyai target konsumen yang sama, sehingga diperlukan adanya kemampuan untuk beradaptasi mengikuti perkembangan kebutuhan konsumen agar tetap dapat berkompetisi. Dalam website resmi DetikFinance, direktur PT Blue Bird Tbk, Sigit Priawan menyatakan ada banyak faktor lain yang memengaruhi perusahaan taksi konvensional untuk tetap bertahan diantaranya yaitu kemampuan untuk beradaptasi, pelayanan, keuangan, dan lain-lain (Sugianto, 2017) serta adanya rencana Go-Jek dan Blue Bird untuk melakukan kolaborasi dalam sebuah aplikasi baru (Kristo, 2016).

Berdasarkan masalah yang sudah dijelaskan di atas, peneliti terdorong untuk melakukan studi pendahuluan dalam bentuk wawancara singkat terhadap sepuluh pengguna taksi konvensional yang mau atau sudah melakukan perpindahan kepada penyedia jasa transportasi *online* untuk menemukan faktor-faktor apa saja yang menyebabkan munculnya intensi perpindahan pada pengguna taksi konvensional. Hasil wawancara menyatakan bahwa harga merupakan hal yang penting terhadap keputusan pengguna taksi konvensional untuk pindah menggunakan jasa transportasi *online*. Kemudahan untuk mendapatkan armada menjadi alasan selanjutnya para pengguna taksi konvensional untuk tidak lagi menggunakan jasa taksi konvensional. Alasan terakhir yaitu adanya rasa penasaran untuk mencoba hal yang baru. Berdasarkan hasil wawancara singkat tersebut, ditemukan adanya kecocokan dengan teori yang sudah disampaikan sebelumnya, yaitu adanya peran persepsi harga, daya tarik pesaing dan kebutuhan konsumen dalam mencari variasi.

Fenomena ini didukung oleh adanya penelitian-penelitian yang mendukung adanya teori *switching intention* atau intensi perpindahan. Menurut Van Trijp, Hoyer, dan Inman (1996) konsumen yang mempunyai kebutuhan mencari variasi yang lebih tinggi akan berpengaruh terhadap peningkatan intensi perpindahan dibandingkan dengan melakukan pembelian ulang. Selain itu, rendahnya daya tarik pesaing akan meningkatkan peluang konsumen untuk melakukan pembelian ulang (Jones, Mothersbaugh, and Beatty, 2000). Begitu pula menurut Bansal (2005), adanya *push effects*, *mooring effects* dan *pull effects* memengaruhi adanya intensi perpindahan. Dalam hal ini yang termasuk dalam *push effects* adalah persepsi harga, *mooring effects* adalah kebutuhan mencari variasi atau *variety seeking* dan *pull effects* adalah daya tarik pesaing.

Pada kenyataan yang terjadi saat ini adalah banyak pengguna taksi konvensional yang beralih ke transportasi *online*. Akan tetapi sampai saat ini masih belum banyak penelitian yang meneliti mengenai faktor-faktor yang memengaruhi intensi perpindahan taksi konvensional. Selama ini penelitian mengenai intensi perpindahan hanya diaplikasikan kepada perpindahan jasa telepon seluler (Wibowo, 2015), dan nasabah perbankan (Setiawan & Ilfitriah, 2012). Berdasarkan fenomena yang terjadi mengenai intensi perpindahan dan hasil penelitian pendahuluan, juga masih kurangnya penelitian yang diterapkan pada taksi konvensional, sehingga penelitian menganalisis intensi perpindahan konsumen taksi konvensional ditinjau dari persepsi harga, daya tarik pesaing dan kebutuhan mencari variasi. Hasil dari penelitian ini diharapkan akan menjadi acuan taksi konvensional untuk menetapkan strategi dan kebijakan baru guna mempertahankan dan mengembangkan perusahaan melalui pertimbangan persepsi harga, daya tarik pesaing dan kebutuhan mencari variasi.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan temuan dalam penelitian yang sudah dilakukan oleh Wallsten (2015), kurangnya kemampuan taksi konvensional untuk mengikuti tren yang berkembang dan kurangnya peningkatan kualitas layanan memberi peluang bagi transportasi *online* untuk menyediakan alternatif bagi konsumen dan menjadi pesaing bagi taksi konvensional. Hal inilah yang menjadi alasan peneliti untuk

melakukan penelitian mengenai intensi perpindahan terhadap taksi konvensional di Indonesia, dimana persepsi harga, kebutuhan mencari variasi dan daya tarik pesaing sebagai pemicunya.

### **1.3 Pembatasan Masalah**

Penelitian ini dilakukan dalam kurun waktu enam bulan sehingga responden dalam penelitian ini terbatas hanya pengguna jasa taksi konvensional yang berdomisili di daerah DKI Jakarta. Selain itu, peneliti membatasi faktor-faktor yang memengaruhi intensi perpindahan konsumen jasa taksi konvensional yaitu persepsi harga, daya tarik pesaing, dan kebutuhan mencari variasi.

### **1.4 Rumusan Masalah**

Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap intensi perpindahan konsumen taksi konvensional di DKI Jakarta?
2. Apakah daya tarik pesaing berpengaruh signifikan terhadap intensi perpindahan konsumen taksi konvensional di DKI Jakarta?
3. Apakah kebutuhan mencari variasi berpengaruh signifikan terhadap intensi perpindahan konsumen taksi konvensional di DKI Jakarta?

### **1.5 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui pengaruh persepsi harga terhadap intensi perpindahan konsumen taksi konvensional di DKI Jakarta
2. Mengetahui pengaruh daya tarik pesaing terhadap intensi perpindahan konsumen taksi konvensional di DKI Jakarta
3. Mengetahui pengaruh kebutuhan mencari variasi terhadap intensi perpindahan konsumen taksi konvensional di DKI Jakarta

## **1.6 Manfaat Penelitian**

### **1.6.1 Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih dan memberikan wawasan yang baru bagi PPM (*push effects*, *mooring effects* dan *pull effects*) Model khususnya yang diaplikasikan dalam industri transportasi.

### **1.6.2 Manfaat Praktis**

Manfaat adanya penelitian ini bertujuan untuk memberikan masukan bagi baik perusahaan taksi *online* maupun taksi konvensional untuk meningkatkan dan mempertahankan kinerja perusahaan khususnya melalui analisis terhadap persepsi harga, daya tarik pesaing, kebutuhan dalam mencari variasi, dan intensi perpindahan.

## **1.7 Sistematika Penelitian**

Skripsi ini disajikan dalam beberapa bab. Bab I merupakan pendahuluan yang berisi uraian mengenai latar belakang masalah, pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan sistematika penelitian. Selanjutnya pada Bab II adalah tinjauan pustaka yang menguraikan beberapa pustaka dari jurnal pendukung setiap variabel penelitian, penelitian-penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis penelitian, bagan alur berpikir, dan kerangka konseptual. Bab III merupakan metode penelitian yang menjelaskan desain penelitian, variabel dan definisi variabel operasional, populasi dan sampel penelitian, dan metode pengumpulan data. Setelah itu dilanjutkan Bab IV yang merupakan analisis dan pembahasan, dan Bab V yang merupakan saran dan kesimpulan.