

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Transportasi itu sangat dituntut peranannya dalam pembangunan suatu negara. Keberhasilan pembangunan yang telah dicapai di segala bidang, sektor transportasi sangat menentukan peranan transportasi bukan hanya untuk melancarkan arus barang dan mobilitas sumber-sumber ekonomi secara baik. Melalui pembangunan jangka panjang peranan transportasi dapat memberi pelayanan yang baik untuk kegiatan manusia. Sektor transportasi harus dilaksanakan secara multidimensional, dimana harus memperhatikan tidak hanya situasi dan kondisi transportasi itu sendiri tetapi juga harus dapat memperhatikan lingkungan yang dipengaruhinya dan mempengaruhinya termasuk sarana dan prasarana. Seiring perkembangan kota maka kebutuhan transportasi di perkotaan meningkat pula, sehingga menyebabkan permasalahan transportasi menjadi sangat kompleks sehingga diperlukan tindakan penanganan yang sesegera mungkin.

Permasalahan transportasi perkotaan tersebut antara lain berupa penentuan jenis moda angkutan umum, pola jaringan, izin trayek angkutan, kebijakan parkir dan perambuan lalu lintas. Dalam Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009, tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan, dijelaskan bahwa untuk keselamatan, keamanan, ketertiban, dan kelancaran lalu lintas serta memudahkan bagi pemakai jalan, maka jalan wajib dilengkapi dengan rambu-rambu lalu lintas. Di samping itu dalam tata laksana lalu lintas upaya-upaya dalam menuntun, mengarahkan, memperingatkan, melarang dan sebagainya atau lalu lintas yang ada dengan sedemikian rupa agar lalu lintas dapat bergerak dengan aman, lancar dan nyaman di sepanjang jalur lalu lintas maka dibutuhkan penggunaan rambu-rambu lalu lintas. Ditinjau dari aspek pergerakan penduduk, kecenderungan bertambahnya penduduk perkotaan yang semakin tinggi menyebabkan semakin banyaknya jumlah pergerakan baik di dalam maupun ke luar kota. Hal ini memberi

konsekuensi logis yaitu perlu adanya keseimbangan antara sarana dan prasarana khususnya di bidang angkutan. Hal ini dimaksudkan untuk menunjang mobilitas penduduk dalam melaksanakan aktivitasnya. Salah satu cara untuk memenuhi kebutuhan pelayanan jasa angkutan ini yaitu dengan penyediaan pelayanan angkutan kota. Mengingat bahwa pelayanan angkutan kota merupakan kebutuhan yang harus dipenuhi terutama untuk kota-kota besar dengan kepadatan penduduk yang tinggi.

Dalam konteks transportasi masyarakat dibedakan dalam dua kelompok yaitu kelompok masyarakat yang mempunyai kemampuan untuk memilih apakah akan menggunakan kendaraan pribadi atau angkutan umum dalam melakukan perjalanannya (*choice users*) serta kelompok masyarakat dengan alasan tertentu hanya tergantung pada sarana angkutan umum melakukan perjalanannya (*captive users*) dan masyarakat Indonesia sebagian besar melakukan perjalanan *captive users*. (Morlok, dalam Indri,2017). Namun pada satu sisi penggunaan kendaraan umum didorong oleh kurang baiknya pelayanan kendaraan umum, baik dilihat dari sisi jaringan, sarana, prasarana, dan lain sebagainya. Rendahnya mutu pelayanan dari segi keamanan, kenyamanan, kelayakan, kemudahan dan efisiensi angkutan umum, yang pada hakekatnya memberikan rasa kurang nyaman dan aman kepada pengguna jasa transportasi perkotaan.

Masih banyak masyarakat pengguna angkutan umum yang mengeluh karena fasilitas dalam angkutan umum dirasa belum maksimal seperti: pelayanan transportasi angkot yang tidak sopan serta perilaku supir angkot yang tidak mengindahkan keselamatan penumpang dan juga seringnya angkutan umum terlibat perebutan penumpang, saling menyalip serta berhenti di sembarang tempat. Mahalnya harga transportasi ojek pangkalan yang ditentukan berdasarkan keinginan dari supir – supir ojek pangkalan itu sendiri, serta kekurangan pada transportasi konvensional yaitu konsumen harus berjalan kaki ke pangkalan ojek atau harus menunggu dipinggir jalan untuk mendapatkan angkot. Karena masih banyaknya keluhan – keluhan dari

konsumen mengenai pelayanan dari angkutan umum lainnya maka perlu diberikan perhatian yang lebih.

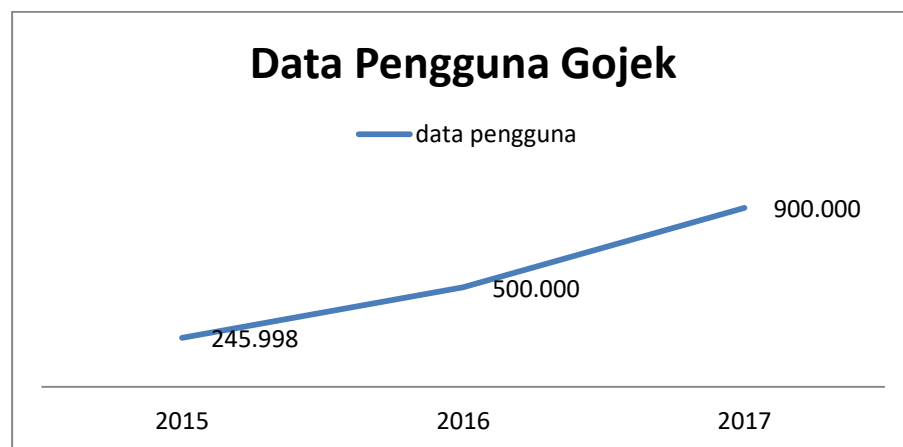
Salah satu bisnis yang sedang berkembang saat ini adalah bisnis jasa transportasi dengan sepeda motor atau yang dulu biasa disebut ojek. Bisnis ojek yang sedang meningkat pesat yaitu ojek online atau yang lebih dikenal dengan Gojek. Pt Aplikasi Karya Anak Bangsa atau yang lebih dikenal dengan Gojek merupakan sebuah perusahaan teknologi yang melayani angkutan melalui jasa ojek. Perusahaan ini didirikan pada tahun 2010 di Jakarta oleh Nadiem Makarim. (<https://id.wikipedia.org/wiki/GO-JEK>, diakses pada 7 april 2018). Gojek bertujuan untuk mengurangi pengangguran di Indonesia dan menjadi solusi kemacetan di kota – kota salah satunya Kota Bandar Lampung. Cara kerja Gojek yaitu menggunakan aplikasi yang terhubung dengan internet. Para pelanggan tidak perlu menunggu dipinggir jalan atau mendatangi ke pangkalan ojek. Pemesanan melalui aplikasi Gojek sesuai kebutuhan. Gojek siap untuk melayani pelanggan yang berada dimana saja.

Selain itu, fenomena Ojek Online ini menjawab kekhawatiran masyarakat tentang jaminan keamanan di dalam transportasi umum. Dengan memberikan kelebihan aplikasi berbasis data ini diharapkan prospek Gojek kedepannya bisa lebih baik. Karena, masyarakat merasa aman dan yakin dimana masyarakat bisa mengetahui dengan jelas identitas drivernya. Dengan kelebihan ini, masyarakat bisa mengetahui siapa yang akan menjadi driver ojek pesannya, lengkap dengan data diri driver bersangkutan. Dalam aplikasinya, Ojek Online ini sangat mengedepankan faktor keamanan konsumennya. Biasanya di dalam aplikasi sudah tersedia informasi lengkap tentang pengemudi seperti nama, kontak, dan foto pengemudi.

Fenomena Ojek online yang kini menyebar luas ke semua lapisan masyarakat Bandar Lampung. Dengan berbagai kelebihan-kelebihan yang ditawarkan Ojek Online ternyata membawa perubahan yang signifikan terhadap kehidupan sosial masyarakat. Fenomena Ojek Online menjadi booming dan sangat populer terutama pada bisnis jasa transportasi. Ojek

Online ini menawarkan inovasi-inovasi terbaru mengenai transportasi yang digabungkan dengan teknologi komunikasi secara online sehingga memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk memesan transportasi dimana saja dan kapan saja.

Bahkan dengan adanya Gojek Online ini juga mengubah kebiasaan dan sistem sosial di dalam masyarakat. Awalnya, masyarakat menggunakan cara yang konvensional untuk menggunakan transportasi umum, saat ini masyarakat mulai mengubah kebiasaan mereka dan beralih ke teknologi komunikasi untuk memesan transportasi umum secara Online. Selain itu dengan adanya Ojek Online yang dilengkapi dengan sistem keamanan yang terjamin dan juga keseragaman pada pakaian dan helmnya membuat citra ojek yang dulunya sebagai kerjaan rendah, sekarang semakin meningkat prestasinya. Adanya Ojek Online ini bisa mengubah mindset masyarakat tentang tukang ojek yang sering dipandang sebelah mata sebagai profesi rendah. Perubahan mindset tukang ojek sebagai pekerjaan rendah terbukti dengan semakin banyaknya orang yang tertarik menjadi tukang ojek sebagai pekerjaan sampingan. atau bahkan menjadi pekerjaan utama menjadi salah satu keberhasilan dari adanya Ojek Online.



Sumber : BeritaNet.com diakses pada 7 April 2018.

Gambar 1.1 Peningkatan pengguna Gojek

Pada grafik di atas bisa kita lihat bahwa gojek mengalami peningkatan jumlah pengguna pada tiga tahun terakhir hal tersebut membuktikan bahwa

terdapat konsumen yang mulai aktif menggunakan gojek sebagai transportasi pilihan. Keberadaan PT Gojek sendiri ialah memberikan fasilitas berupa aplikasi Gojek, jaket dan helm yang memudahkan tukang ojek dalam melangsungkan pekerjaannya. Dalam situsnya, [www. go-jek. com](http://www.go-jek.com), mereka sendiri menyatakan bahwa “Gojek adalah perusahaan berjiwa sosial yang memimpin revolusi industri transportasi Ojek”. Gojek bermitra dengan para pengendara ojek yang telah berpengalaman untuk menjalankan usahanya. Oleh karena itu, jika kita cermati, keberadaan Ojek dan PT Gojek sesungguhnya merupakan 2 hal yang berbeda. Driver Gojek tidak menerima perintah kerja dari PT Gojek, tetapi dari pelanggan ojek dan dikerjakan secara pribadi seperti halnya tukang ojek pada umumnya.

Pada awal maret 2017 gojek hadir di Kota Bandar Lampung dan sangat disambut antusias oleh masyarakat bandar lampung, terbukti dengan banyaknya terlihat driver gojek yang mulai beroperasi di jalanan, dan meningkatnya jumlah unduhan aplikasi gojek di playstore, menariknya adalah costum yang digunakan oleh para driver gojek menjadi nilai tambah bagi konsumen pengguna gojek di bandar lampung pasalnya transportasi umum yang sebelumnya konsumen akan merasa malu saat menggunakan transportasi konvensional namun tidak pada transportasi online atau gojek, konsumen merasa senang dengan kehadiran gojek di bandar lampung. (<http://www.infokyai.com/2017/03/go-jek-hadir-di-lampung.html>, diakses pada 7 april 2018). Hal ini membuktikan bahwa terdapat perubahan sikap konsumen dari yang sebelumnya menggunakan transportasi konvensional beralih ke transportasi gojek online.

Berikut ini merupakan hasil prasurvey mengenai hadirnya Gojek di Kota Bandar Lampung.

Tabel 1. 1
Prasurvey Pengguna Gojek

No.	Pertanyaan	Jumlah Presentase %			
		a. 1 kali	b. 2 kali	c. 3 kali	d. >3 kali
1	Seberapa sering anda menggunakan Gojek dalam 1 minggu	33%	27%	3%	37%
		a. angkutan umum	b.ojek pangkalan	c.trans/bus	d.pribadi
2	Transportasi apa yang anda gunakan sebelum menggunakan Gojek	7%	50%	2%	11%
		a. sangat puas	b. puas	c.cukup puas	d.tidak puas
3	Apakah anda puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Gojek	23%	30%	43%	3%
		a. senang	b.cukup senang	c.biasa saja	d.tidak peduli
4	Bagaimana sikap anda saat menggunakan gojek	7%	60%	23%	10%
		a.tidak malu/ragu	b.cukup malu	c. biasa saja	d.tidak peduli
5	Apakah secara psikologis anda tidak ragu atau malu menggunakan Gojek	60%	23%	10%	7%

Sumber : Data diolah, 2018

Berdasarkan data diatas sebanyak 30 orang konsumen yang telah menggunakan Gojek menjelaskan bahwa untuk pertanyaan pertama mengenai “ Seberapa sering anda menggunakan Gojek dalam 1 minggu?” ada sebanyak 11 orang atau 37% konsumen menjawab mereka telah menggunakan Gojek lebih dari 3x. Pertanyaan selanjutnya mengenai

“Transportasi apa yang anda gunakan sebelum menggunakan Gojek?” sebanyak 15 orang atau 50% mereka menggunakan ojek pangkalan sebelum adanya Gojek. Pertanyaan ketiga mengenai “Apakah anda puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Gojek?” sebanyak 13 orang atau 43% mereka menjawab cukup puas dengan pelayanan yang telah Gojek berikan. Untuk pertanyaan selanjutnya mengenai “Bagaimana sikap anda saat menggunakan gojek?” ada sebanyak 18 atau 60% mereka menjawab cukup senang dalam menyikapi setelah menggunakan Gojek hal ini dikarenakan adanya Gojek dapat membantu permasalahan konsumen mengenai transportasi yang cepat dan aman. Dan pertanyaan terakhir mengenai “Apakah secara psikologis anda tidak ragu atau malu menggunakan Gojek?” ada sebanyak 18 orang atau 60% dengan yakin menjawab ya mereka tidak ragu atau malu untuk menggunakan Gojek.

Pengalaman konsumen terhadap adanya pelayanan yang telah di berikan oleh Gojek selama ini akan menentukan perilaku selanjutnya yang berorientasi pada sikap pelanggan. Azwar (2012:23) mengemukakan bahwa terbentuknya sikap dapat terjadi melalui tiga komponen kognitif berisikan kepercayaan, dan streatip yang dimiliki individu mengenai sesuatu. Komponen afektif merupakan perasaan individu terhadap objek sikap menyangkut masalah emosi, masalah emosional inilah yang biasanya berakar paling bertahan bertahap pengaruh-pengaruh yang mungkin akan mengubah sikap seseorang dan komponen konatif (perilaku) berisikan kecendrungan untuk bertindak atau bereaksi terhadap sesuatu dengan cara-cara tertentu. Kemudian sikap dapat menghantarkan konsumen untuk menentukan pilihan atau preferensi. Seorang individu mempelajari sikap melalui pengalaman dan interaksi dengan orang lain. Meskipun sikap ini dapat dipelajari dan dapat diubah dari waktu ke waktu, pada setiap saat tidak semuanya memiliki dampak yang setara, dan beberapa sikap lebih kuat dari sikap lainnya. Ketika konsumen mempunyai sikap yang negatif terhadap suatu aspek atau lebih pada praktik pemasaran perusahaan, maka kemungkinan mereka tidak berhenti sampai disitu, tetapi juga mendorong

kerabat atau teman-teman untuk melakukan hal yang sama. Sehingga berdasarkan pemaparan pada latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Perubahan Sikap Konsumen Dari Moda Transportasi Konvensional Ke Moda Transportasi Online (Study Pada Pengguna Gojek Di Bandar Lampung)”**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut: “Bagaimana perubahan sikap konsumen sebelum dan sesudah menggunakan Gojek di Bandar Lampung?”

1.3 Ruang Lingkup Penelitian

1. Ruang Lingkup Subjek Penelitian

Ruang lingkup subjek dalam penelitian ini adalah konsumen sebelum dan sesudah menggunakan Gojek.

2. Ruang Lingkup Objek Penelitian

Ruang lingkup objek dalam penelitian ini adalah sikap konsumen pengguna Gojek.

3. Ruang Lingkup Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di 4 (empat) wilayah di kota Bandar Lampung yaitu Kedaton, Wayhalim, Rajabasah dan Tanjung Karang.

4. Ruang Lingkup Waktu

Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan November 2017 hingga April 2018

5. Ruang Lingkup Batasan Penelitian

Penelitian ini mengacu pada batasan dalam penelitian. Penelitian ini membahas sikap konsumen pengguna Gojek.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan diatas maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian adalah: “Untuk mengetahui bagaimana sikap konsumen sebelum dan sesudah menggunakan Gojek di Kota Bandar Lampung”.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan adalah :

1.5.1 Bagi peneliti

Sebagai sarana menambah wawasan dan ilmu pengetahuan di bidang pemasaran, terutama pengetahuan mengenai sikap konsumen sebelum dan sesudah menggunakan gojek. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi atau bahan kajian bagi penelitian-penelitian berikutnya supaya mampu memperbaiki dan menyempurnakan kelemahan dalam penelitian ini.

1.5.2 Bagi perusahaan

Bagi PT. Gojek, diharapkan dapat menjadi bahan usulan yang konstruktif dalam menentukan langkah strategi pelayanan khususnya pengguna gojek dan kepada masyarakat dapat memberikan kontribusi positif dalam rangka meningkatkan terwujudnya sistem transportasi perkotaan yang terpadu, aman, nyaman, dalam menunjang pembangunan Kota Bandar Lampung yang maju dan modern.

1.5.3 Bagi Institusi

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan informasi tambahan mengenai pemilihan angkutan umum sebagai alat transportasi utama.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan, maka disusunlah suatu sistematika penulisan yang berisi informasi mengenai materi dan hal yang dibahas dalam tiap-tiap bab. Adapun sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1.6.1 BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini tercantum latar belakang masalah, perumusan masalah, ruang lingkup penelitian, tujuan penelitian, manfaat serta sistematika penulisan.

1.6.2 BAB II LANDASAN TEORI

Dalam tinjauan pustaka ini diuraikan landasan teori yang digunakan sebagai dasar dari analisis penelitiandan kerangka penelitian.

1.6.3 BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini diuraikan mengenai metode penelitian, populasi dan sampel, variabel penelitian, operasional variabel, penentuan skala nilai, sumber data, teknik analisis data, uji persyaratan instrument dan pengujian hipotesis.

1.6.4 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini berisikan tentang penyajian data, analisis data, penyajian hipotesis, dan pembahasan hasil penelitian.

1.6.5 BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan tentang simpulan dan saran.

DAFTAR PUSTAKA**LAMPIRAN LAMPIRAN**