

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Transportasi merupakan mobilitas atau perpindahan yang dilakukan oleh manusia dengan menggunakan alat bantu yang berupa kendaraan seperti mobil untuk mencapai tempat yang dituju. Tidak hanya untuk perpindahan manusia transportasi pun meliputi berpindahnya barang ke tempat lain. Hal ini serupa dengan pernyataan Undang-undang No. 22 Tahun 2009 tentang lalu lintas dan angkutan umum pasal 1 ayat 3 yaitu angkutan adalah perpindahan orang dan/atau barang dari satu tempat ke tempat lain dengan menggunakan kendaraan di ruang lalu lintas jalan. Dapat dikatakan bahwa transportasi merupakan jenis kebutuhan yang sangat penting, karena memang kebutuhan akan transportasi sangat beragam seperti pergi ke sekolah, ke kantor tempat bekerja, ke pasar maupun rekreasi. Transportasi beragam adanya mulai dari yang masih tradisional seperti delman maupun yang sudah modern dengan menggunakan mesin seperti Sepeda motor, Mobil, Pesawat, Kapal laut dan Kereta api. di kota Pekanbaru khususnya, yang mempunyai alat transportasi yang bermacam-macam mulai dari kendaraan pribadi maupun kendaraan umum. Seperti angkutan umum (angkot), Ojek, Taxi, Becak, Travel dan Busway. Namun dari sekian banyaknya alat transportasi di Pekanbaru masih saja tidak dapat mengatasi masalah kemacetan yang terjadi. Berbicara mengenai kemacetan, merupakan hal yang sangat lumrah di Pekanbaru, bagaimana tidak? selain Pekanbaru merupakan sebuah Provinsi, Pekanbaru juga merupakan pusat Pendidikan, Pusat pemerintahan dan Pusat ekonomi, Maka tak

heran jika sering menjadi tempat buruan bagi para pendatang untuk mengadu nasib. Kebutuhan akan sarana transportasi berbanding lurus dengan jumlah pertumbuhan penduduk, maka semakin tinggi tingkat pertumbuhan penduduk maka akan semakin besar kebutuhan akan alat Transportasi.

Bermula di tahun 2010 sebagai perusahaan transportasi roda dua melalui panggilan telepon, Gojek kini telah tumbuh menjadi on-demand mobile platform dan aplikasi terdepan yang menyediakan berbagai layanan lengkap mulai dari transportasi, logistik, pembayaran, layan-antar makanan, dan berbagai layanan on-demand lainnya. PT Gojek Indonesia merupakan sebuah perusahaan jasa yang bergerak dalambidang layanan jasa transportasi secara online yang dipesan melalui smartphone. Perusahaan ini didirikan oleh orang Indonesia yang bernama Nadiem Makarim. Seiring perkembangannya Gojek telah beroperasi di Gojek telah beroperasi di 50 kota di Indonesia, seperti Jakarta, Bandung, Surabaya, Bali, Makassar, Medan, Palembang, Semarang, Yogyakarta, Balikpapan, Malang, Solo, Manado, Samarinda, Batam, Sidoarjo, Gresik, Pekanbaru, Jambi, Sukabumi, Bandar Lampung, Padang, Pontianak, Banjarmasin, Mataram, Kediri, Probolinggo, Pekalongan, Karawang, Madiun, Purwokerto, Cirebon, Serang, Jember, Magelang, Tasikmalaya, Belitung, Banyuwangi, Salatiga, Garut, Bukittinggi, Pasuruan, Tegal, Sumedang, Banda Aceh, Mojokerto, Cilacap, Purwakarta, Pematang Siantar, dan Madura serta pengembangan di kota-kota lainnya pada tahun mendatang.

Go-jek resmi menancapkan benderanya di Kota Pekanbaru mulai awal April 2017 kemarin sudah puluhan driver yang menjdi mita Go-jek di Pekanbaru.

dan tidak dipungkiri konflik pun terjadi dengan Ojek konvensional karena kehadiran Go-jek di Pekanbaru dan sempat melakukan demonstrasi pada waktu itu, namun Wali Kota Pekanbaru Firdaus MT pada tanggal 21 Agustus 2017 ia mengatakan Go-jek boleh beroperasi di Pekanbaru karena ini adalah suatu kemajuan teknologi yang harus dimanfaatkan. Dan pada tahun 2018 telah memiliki 4000 driver Go-jek yang beroperasi setiap jalan yang ada di Pekanbaru.

Dewasa ini alat transportasi yang dibutuhkan bukan hanya sekedar untuk alat perpindahan atau mobilitas saja, namun untuk efisiensi waktu dan meminimalisir kemacetan yang terjadi. Seperti ojek ukurannya yang relatif kecil, angkutan jasa ini dapat dengan mudah menyelip diantara kendaraan roda empat. Oleh karena ramainya pengendara roda empat tersebut baik kendaraan pribadi maupun angkutan umum yang cukup memadati lalu lintas maka tak heran jika tidak sedikit orang yang tertarik dan beralih pada alternatif angkutan roda dua tersebut.

Ojek sudah tidak asing lagi didengar, ojek merupakan angkutan umum yang menggunakan kendaraan roda dua atau sepeda motor sebagai alat transportasinya yang digunakan untuk mobilitas atau perpindahan manusia atau barang ke tempat tujuannya dengan upah yang telah ditentukan. Ojek sering kali menjadi pilihan masyarakat dalam hal transportasi, mengingat adanya tuntutan efisiensi waktu, dan meminimalisir kemacetan. Perkembangan teknologi telah mendorong terciptanya suatu inovasi baru, dimana dapat dengan mudah menghubungkan antara konsumen yang membutuhkan jasa angkutan dengan drivertentunya dengan memanfaatkan teknologi smartphone. Yakni Go-jek sebuah

aplikasi yang berbasis data yang dapat dengan mudah diunduh di google Playstore maupun Appstore, dengan begitu seseorang yang membutuhkan jasa mobilitas akan dengan mudah mendapatkan transportasinya. Melihat kesempatan ini sebagai peluang bisnis, PT. Go-jek Indonesia bukanlah satu-satunya yang menciptakan aplikasi ojek online, namun banyak bermunculan ojek online yang hampir serupa, seperti Grab bike, Uber, dan Blue-jek yang dari masing-masing layanan tersebut mempunyai keunggulan. Maka akan tidak asing jika di jalan-jalan terdapat banyak ojek-ojek online karena memang ojek online ini sedang menjamur di kalangan masyarakat.

Dengan berbagai kemudahan yang ditawarkan seperti praktis, pelayanan yang ramah dan dengan harga yang terjangkau. Merambahnya ojek online, telah menjadi ancaman tersendiri bagi para angkutan umum lainnya seperti angkot, taksi, maupun ojek konvensional yang ingin tetap mempertahankan pekerjaannya tersebut.. Setelah ditelusuri lebih jauh, salah satu yang menyebabkan kecemburuan sosial tersebut yaitu karena Go-jek tidak memiliki regulasi hukum resmi dari pemerintah yang mengatur mengenai angkutan berbasis aplikasi tersebut. faktanya, kendaraan bermotor roda dua memang belum memiliki izin yang resmi dari pemerintah untuk dijadikan sebagai salah satu angkutan umum. Sesuai dengan Pasal 10 Undang-undang No. 22 Tahun 2009 tentang Lalu lintas dan Angkutan Jalan yaitu “Kendaraan bermotor umum adalah setiap kendaraan yang digunakan untuk angkutan barang dan/atau orang dengan dipungut bayaran”. Sedangkan kendaraan umum yang dimaksud pada ayat tersebut menurut Pasal 39 ayat 3b Peraturan Kepala Kepolisian Republik Indonesia No. 5 Tahun 2012

menyatakan bahwa “Tanda kendaraan bermotor umum adalah dasar kuning, tulisan hitam”. Namun, dibalik berbagai permasalahan yang ada nampaknya masyarakat merasa acuh dan tetap saja menggunakan aplikasi ojek online tersebut karena memang jasa angkutan merupakan kebutuhan yang vital.

Salah satu angkutan jasa online yang banyak digemari masyarakat adalah aplikasi Go-jek yang berada di bawah PT. Go-Jek Indonesia, aplikasi ini cukup ramai digunakan dan terbukti telah mendapatkan Top Brand Award dua tahun berturut-turut. Berikut daftar tabel ojek online menurut Top Brand Award tahun 2016 dan 2017.

Tabel 1.1.
Jasa Transportasi Ojek Online

Merek	2016		2017	
	TBI	TOP	TBI	TOP
Go-Jek	59, 2%	TOP	80.8 %	TOP
Grab	28.2 %	TOP	14. 7 %	TOP
Uber	8.0 %		1.7 %	
Bluejek	0.3 %		0.7 %	

Sumber: www.top-brandaward.com

TBI atau Top Brand Index merupakan data nasional presetasi yang didapat dari hasil pemilihan konsumen yang kemudian mendapat kategori TOP apabila nilainya paling tinggi. Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa posisi Go-jek berada di urutan pertama yang menandakan bahwa Go-jek lebih banyak digemari masyarakat, terlebih pada tahun 2017 persentasinya pun bertambah tinggi. Banyaknya jenis ojek online, menuntut Go-jek untuk terus meningkatkan

kualitasnya, Angkutan mobilitas ini adalah salah satu dari bentuk layanan jasa, maka seyogyanya sebagai sebuah jasa yang intangible (tidak terlihat) harus memperhatikan pelayanan yang optimal karena itu merupakan salah satu kekuatan utama dari sebuah jasa. Selain itu, hal yang cukup krusial bagi konsumen adalah tarif, tarif tidak dapat dipandang remeh, karena persaingan tarif yang terjadi di pasar akan menjadi salah satu faktor konsumen untuk memutuskan pembelian, Hal ini sesuai dengan Peraturan Menteri Perhubungan No. 26 Tahun 2017 yang baru disahkan pada 31 Maret 2017, menggantikan aturan sebelumnya yaitu Peraturan Menteri Perhubungan No. 32 Tahun 2016 tentang batas atas batas bawah tarif Go-jek untuk wilayah satu sumatera (Pekanbaru) Untuk Wilayah I ditetapkan tarif batas bawah sebesar Rp 4.000 per kilometer, dan batas atas sebesar Rp 8.000. Tidak seperti membeli suatu barang yang jelas terlihat bentuk serta wujudnya. Suatu produk jasa hanya bisa di rasakan salah-satunya karena pelayanan yang optimal. Menurut observasi awal peneliti, konsumen pengguna jasa ojek online identik membanding-bandingkan mutu pelayanan yang diterima. kebanyakan konsumen mengeluh adanya perbedaan mutu pelayanan yang diberikan antara ojek online yang satu dengan yang lain, terutama pada Go-jek yang mendapatkan banyak komentar negatif mengenai pelayanannya. Meski demikian, penggunaan jasa angkutan pada Go-jek tetap saja ramai digunakan dan telah mendapat Top Brand award dua tahun berturut-turut. Menurut A. Hamdani“Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi

konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan produk sesuai dengan kebutuhan dan Keinginannya”.

Promosi bersifat persuasif yang mengajak kepada konsumen untuk menggunakan suatu barang atau jasa, seperti yang terlihat bahwa bauran promosi yaitu mencakup Periklanan, Promosi penjualan, Hubungan masyarakat, Penjualan personal dan Pemasaran langsung. Untuk itu suatu perusahaan harus benar-benar merancang kegiatan promosi dengan sedemikian rupa agar dapat mencapai tujuan-tujuan perusahaan. Go-jek banyak melakukakn promosi lewat berbagai media seperti Media cetak, Iklan, Billboard, Website, Media sosial, Blogger, serta berpartisipasi disetiap Event-event sebisa mungkin. Go-jek memberikan gratis perjalanan untuk beberapa hari bagi pengguna baru, diskon bagi pengguna Go-pay, dan promosi setiap jangka panjang maupun jangka pendek. Selain itu pelopor utama Go-jek online merupakan sebuah kekuatan yang cukup dahsyat untuk mengalihkan pandangan konsumen. Kurang lebih 2 Tahun Go-jek meluncur di Pekanbaru Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini karena Peneliti melihat bahwa tidak sedikit Masyarakat Pekanbaru yang menggunakan jasa angkutan Go-jek, padahal jasa angkutan online maupun konvensional banyak di Pekanbaru. Padahal Go-jek online ini terbilang baru di Pekanbaru ditambah kehadiran Grab yang sudah beroperasi di Pekanbaru.

Mengacu pada Latar belakang diatas Maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang: **“PENGARUH HARGA DAN PROMOSI GOJEK TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MENGGUNAKAN TANSPORTASI BERBASIS ONLINE DI PEKANBARU.”**

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang diatas, maka ditemukan beberapa masalah yang dapat dirumuskan sebagai berikut:

Apakah harga dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan transportasi berbasis online di Pekanbaru.

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini antara lain:

- Untuk Menganalisa Harga menggunakan jasa Gojek di Pekanbaru.
- Untuk Menganalisa Promosi Jasa Gojek di Pekanbaru.
- Untuk mengetahui pengaruh harga dan Promosi Gojek terhadap keputusan konsumen menggunakan transportasi berbasis online di pekanbaru.

1.4. Sistematika Penulisan

Secara garis besarnya penulisan ini akan dibagi kedalam enam bab, masing-masing akan di rinci dalam sub bab berikut ini:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini akan diuraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : TELAAH PUSTAKA DAN HIPOTESIS

Pada bab ini akan diuraikan tentang Harga, Peranan Harga, Strategi penetapan harga, Promosi, Bauran Promosi, Faktor-faktor Bauran Promosi, Promosi penjualan (sales promotion), Keputusan Pembelian, Proses Keputusan pembelian, penelitian terdahulu, hipotesis dan variabel penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Pada bab ini akan dijelaskan tentang Lokasi penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data dan analisis data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Pada bab ini akan dijelaskan tentang sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi perusahaan, visi dan misi perusahaan serta kegiatan perusahaan.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan dibahas analisis data tentang pengaruh harga dan promosi Go-jek terhadap keputusan konsumen menggunakan transportasi berbasis online di Pekanbaru.

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini akan dijelaskan hasil analisa kesimpulan yang ditarik dalam bentuk kesimpulan dan sekaligus memberikan saran sebagai masukan kepada perusahaan.

