

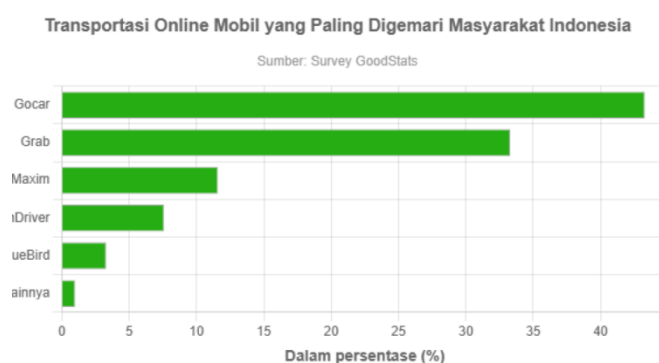
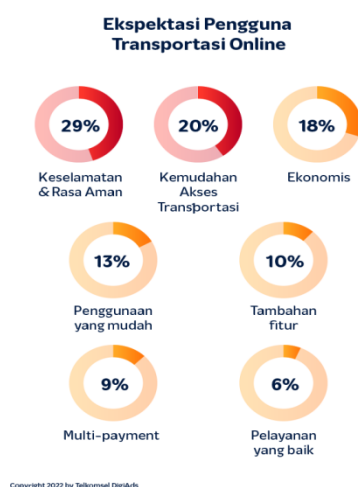
BAB I. PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang Masalah

Persaingan transportasi online saat ini menjadi salah satu hal yang perlu mendapatkan perhatian bagi perusahaan transportasi berbasis online. Hal tersebut dapat dilihat dari efektivitas layanan transportasi online di tengah masyarakat kota Medan. Penilaian masyarakat terhadap transportasi online sangat beragam terlihat dari bagaimana tingkat kepuasan masyarakat pada sikap layanan, ketepatan waktu penjemputan, kesesuaian harga yang di bebaskan pada pengguna aplikasi online. Keputusan penggunaan transportasi online menjadi dasar penentuan masyarakat untuk memilih transportasi online dengan pelayanan dan sistem aplikasi yang terbaik.

Transportasi online merupakan salah satu transportasi yang memudahkan masyarakat untuk mendapatkan layanan dan fasilitas saat berkendara. Kenyamanan penggunaan transportasi online menjadi salah satu prioritas utama masyarakat untuk memberikan penilaian positif terhadap layanan yang sudah diberikan. Di Indonesia transportasi online sudah ada sejak tahun 2010 tetapi mulai berkembang pada tahun 2015. Keuntungan penggunaan transportasi online karena tarif yang murah dan mudahnya akses untuk pemesanan dikarenakan mudah diunduh di aplikasi dan sangat praktis. Survey online yang dilakukan YLKI pada tahun 2017 menunjukkan sebanyak 84,1% memilih transportasi online karena murah, sebanyak 81,9% memilih transportasi online karena cepat, sebanyak 78,8% memilih transportasi online karena nyaman, dan sebanyak 61,4% memilih transportasi online karena alasan aman.

Keputusan penggunaan transportasi online merupakan alternatif pilihan yang diberikan kepada pengguna untuk memilih transportasi mana yang memiliki sistem dan layanan yang terbaik. Keberhasilan itu terlihat semakin banyaknya kepercayaan masyarakat dalam menggunakan transportasi online khususnya pada transportasi mobil online seperti pada Gambar 2 di bawah ini, tetapi pada tahun 2022 ditemukan data ekspektasi pengguna transportasi online yang tidak terlalu tinggi persentasenya, seperti terlihat pada Gambar 1 dibawah ini yang menyatakan bahwa keselamatan dan rasa aman hanya 29%, kemudahan akses transportasi hanya 20%, ekonomis hanya 18%, penggunaan yang mudah hanya 13%, tambahan fitur hanya 10%, multi payment hanya 9%, dan pelayanan yang baik hanya 6%. Hal tersebut menjelaskan bahwa pengguna transportasi online masih belum memberikan kepercayaan 100% terhadap kenyamanan menggunakan transportasi online.

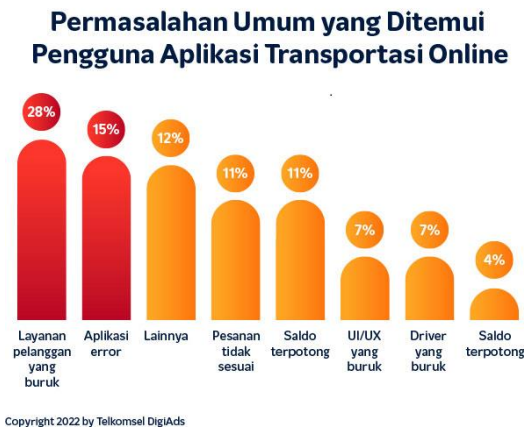


Gambar 2. Transportasi Online Mobil yang Paling Digemari masyarakat Indonesia

Gambar 1. Ekspektasi Pengguna Transportasi Online

Penilaian masyarakat terhadap sikap layanan menjadi prioritas utama terhadap mitra pengemudi dalam memberikan pelayanan ekstra baik dalam keramahan menyambut

penumpang, konfirmasi kembali nama penumpang dan tujuan lokasi pengantaran, tetapi dalam hal ini ada di temukan banyak permasalahan pada pengguna aplikasi transportasi online seperti layanan pelanggan yang buruk 28%, pesanan tidak sesuai 11%, dan driver yang buruk 7% yang terlihat pada Gambar 3 dibawah ini:



Gambar 3. Permasalahan Pengguna Aplikasi Transportasi Online

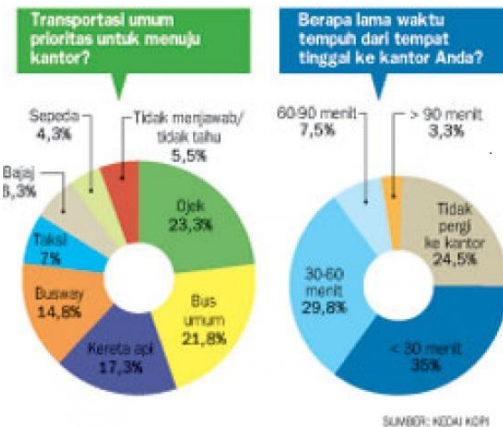
Permasalahan lainnya berhubungan dengan ketepatan waktu penjemputan dan pengantaran menjadi penilaian masyarakat terhadap layanan transportasi online. Ketepatan waktu merupakan salah satu hal yang terpenting dalam menjaga kepercayaan pengguna transportasi online. Pada Gambar 4 diatas terlihat bahwa pada transportasi online yang banyak digunakan masih ojek, bus umum, kereta api dan bus way. Rata-rata waktu tempuh tertinggi berada pada > 90 menit sebanyak 3,3% dan < 30 menit sebanyak 35%. Hal ini menunjukkan bahwa ojek lebih banyak diprioritaskan pengguna dibandingkan dengan taksi atau transportasi mobil online lainnya.

Kesesuaian harga merupakan salah satu penilaian terhadap pemilihan transportasi online yang mana bila harga yang tertera pada aplikasi sesuai dengan yang dibayarkan oleh pengguna aplikasi. Tetapi permasalahan yang terjadi ditemukan ketidaksesuaian pesanan seperti pada Gambar 3 di atas yang menjelaskan bahwa aplikasi transportasi sering bermasalah 15%, saldo yang terpotong 11% dan layanan aplikasi UI/IX yang buruk 7%. Berdasarkan permasalahan yang sudah dijelaskan tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **Efektivitas Layanan Transportasi Online: Sikap Layanan, Ketepatan Waktu Penjemputan dan Kesesuaian Harga Terhadap Keputusan Pengguna Transportasi Online di Kota Medan.**

I.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah tersebut, dapat diidentifikasi masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Rendahnya sikap layanan mitra pengemudi berdampak kepada banyaknya penilaian buruk terhadap layanan dan sikap pengemudi transportasi online.
2. Ketidaksesuaian waktu penjemputan dan pengantaran berdampak kepada penurunan kepercayaan terhadap pelayanan yang di berikan oleh mitra pengemudi.
3. Ketidaksesuaian harga yang di dapatkan pada aplikasi berdampak pada penurunan penggunaan transportasi online pada kendaraan mobil roda empat.
4. Efektivitas layanan aplikasi transportasi online akan meningkatkan keputusan pengguna aplikasi transportasi online di Kota Medan.



Gambar 4. Waktu Penjemputan dan Pengantaran

I.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini antara lain:

1. Bagaimana pengaruh sikap layanan dalam terhadap keputusan penggunaan transportasi online di Kota Medan?
2. Bagaimana pengaruh ketepatan waktu penjemputan terhadap keputusan penggunaan transportasi online di Kota Medan?
3. Bagaimana pengaruh kesesuaian harga dalam terhadap keputusan penggunaan transportasi online di Kota Medan?
4. Bagaimana pengaruh sikap layanan, ketepatan waktu, dan kesesuaian harga terhadap keputusan penggunaan transportasi online di Kota Medan?

I.4. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh sikap layanan dalam terhadap keputusan penggunaan transportasi online di Kota Medan.
2. Untuk menguji dan menganalisis ketepatan waktu penjemputan dala terhadap keputusan penggunaan transportasi online di Kota Medan.
3. Untuk menguji dan menganalisis kesesuaian harga terhadap keputusan penggunaan transportasi online di Kota Medan.
4. Untuk menguji dan menganalisis sikap layanan, ketepatan waktu penjemputan, dan kesesuaian harga terhadap keputusan penggunaan transportasi online di Kota Medan.

I.5. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian tersebut maka penelitian ini bermanfaat:

1. Bagi Pengguna Transportasi Online
Dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam peningkatan keputusan penggunaan transportasi online di Kota Medan
2. Bagi Fakultas Ekonomi Universitas Prima Medan
Dapat dijadikan sebagai tambahan daftar kepustakaan di perpustakaan Universitas Prima Indonesia.
3. Bagi Peneliti
Dapat dijadikan sebagai tambahan Ilmu Pengetahuan khususnya di bidang Digital Marketing
4. Bagi Peneliti Selanjutnya
Dapat dijadikan sebagai acuan penelitian khususnya yang ingin meneliti tentang Efektivitas Layanan Transportasi Online dengan menggunakan variabel penelitian yang lainnya.

I.6. Teori Sikap Layanan

I.6.1. Pengertian Sikap Layanan

Menurut Nina Rahmayanty (2013:119), sikap pelayanan adalah suatu keadaan pikiran yang dipengaruhi oleh kecenderungan perasaan, pikiran, dan tindakan. Menurut Monir dalam Larasati Lallo (2015:7) mengatakan sikap pelayanan adalah kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan landasan atau faktor material melalui sistem prosedur dan dengan metode tertentu dalam rangka usaha untuk memenuhi kepentingan orang lain sesuai dengan haknya.

I.6.2. Indikator Sikap Layanan

Menurut Fandy Tjiptono (2015:35), indikator yang mempengaruhi kepuasan sikap layanan adalah ekspektasi, diskonfirmasi (obyektif dan subyektif), perceived performance, dan sikap konsumen.

I.7. Ketepatan Waktu Penjemputan

I.7.1. Pengertian Ketepatan Waktu Penjemputan

Menurut Effendi (2019), mengatakan bahwa ketepatan waktu merupakan suatu pemanfaatan informasi oleh pihak yang berkepentingan, sebelum informasi kehilangan kemampuan sebagai dasar pengambilan keputusan. Sebuah informasi bisa tidak relevan jika informasi tersebut tidak tepat waktu.

I.7.2. Indikator Ketepatan Waktu Penjemputan

Menurut Hanafi dan Halim (2005) dalam Asandy Azwar Tanjung & Subandrio (2023), ada empat aspek yang mencakup indikator ketepatan waktu yaitu : (1) Ketepatan waktu kedatangan dari keberangkatan; (2) Ketepatan waktu persiapan; (3) Ketepatan waktu dibanding moda transportasi lain dengan tujuan yang sama; (4) Ketepatan waktu sampai tujuan.

I.8. Kesesuaian Harga

I.8.1. Pengertian Kesesuaian Harga

Menurut Shinta dalam Pertiwi, dkk (2016:181), harga adalah suatu nilai yang dinyatakan dalam bentuk rupiah guna pertukaran/transaksi atau sejumlah uang yang harus dibayar konsumen untuk mendapatkan barang dan jasa.

I.8.2. Indikator Kesesuaian Harga

Menurut Kotler dan Armstrong (2016:314), menjelaskan ada empat indikator yang mencirikan harga adalah (1) keterjangkauan harga; (2) kesesuaian harga dengan kualitas produk; (3) kesesuaian harga dengan manfaat; (4) harga sesuai kemampuan atau daya saing.

I.9. Keputusan Penggunaan Transportasi Online

I.9.1. Pengertian Keputusan Penggunaan Transportasi Online

Menurut Kotler dan Armstrong (2016:177), keputusan penggunaan jasa merupakan bagian dari perilaku konsumen perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Menurut Machfoedz (2013: 44), mengemukakan bahwa keputusan penggunaan jasa adalah suatu proses penilaian dan pemilihan dari berbagai alternatif sesuai dengan kepentingan-kepentingan tertentu dengan menetapkan suatu pilihan yang dianggap paling menguntungkan.

I.9.2. Indikator Keputusan Penggunaan Transportasi Online

Menurut Kotler dan Keller (2016), mengidentifikasikan indikator keputusan penggunaan jasa sebagai berikut: (1) Pilihan produk; (2) Pilihan merk, (3) Waktu pembelian; (4) Jumlah pembelian; (5) Metode pembayaran.

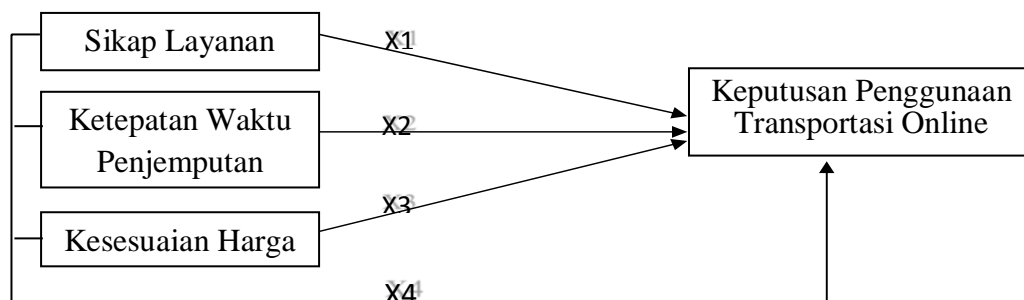
1.10. Penelitian Terdahulu

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
1.	Monalisa Tampubolon, Miftahul Jannah, Rinaldi Gultom & Hendra Jonathan	Pengaruh Sistem Pelayanan, Ketepatan Waktu dan Daya Beli Masyarakat terhadap Loyalitas Menggunakan Jasa Transportasi Bus pada PT. Atlas	Sistem Pelayanan, Ketepatan Waktu, Daya Beli Masyarakat, Loyalitas	Hasil penelitian dalam penelitian ini menyatakan bahwa daya beli tidak selalu berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas masyarakat. Ada baiknya juga bahwa PT. ATLAS Medan tidak hanya fokus pada sistem pelayanan dan ketepatan waktu saja, melainkan fokus juga pada faktor-

	Sibarani (2020)			faktor lainya yang lebih berpengaruh terhadap loyalitas masyarakat maupun pada PT. ATLAS Medan
2.	Muhamad Akbar Alam, Muhammad Syafri Syafreza Hasyim, Muh Rezky Pangeran Syafar Arsyad (2019)	Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Jasa Transportasi Grab	Kualitas Layanan, Harga, Kepuasan Konsumen Pengguna Jasa Transportasi Grab	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial dan secara simultan, variabel kualitas layanan dan harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Transportasi Grab

1.11. Kerangka Konseptual



Gambar 5. Kerangka Konseptual

1.12. Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan sementara atau asumsi sementara terhadap pertanyaan yang muncul dalam sebuah penelitian. Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah :

- H1 : Sikap layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan transportasi online di Kota Medan
- H2 : Ketepatan waktu berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan transportasi online di Kota Medan
- H3 : Kesesuaian harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan transportasi online di Kota Medan
- H4 : Sikap layanan, ketepatan waktu dan kesesuaian harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan transportasi online di Kota Medan