

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

#### 1.1.1 Ojek *On-Line*

Ojek atau ojeg merupakan salah satu moda transportasi umum di Indonesia yang menggunakan kendaraan roda dua atau motor. Ojek masih merupakan alat transportasi yang belum diakui keberadaannya atau tidak resmi. Tarif untuk menggunakan alat transportasi ini tidak ditentukan secara baku, akan ada tawar menawar harga antara penumpang dengan supir ojek sebelum supir mengantarkan penumpang ke tempat tujuan.

Ojek banyak digunakan di kota-kota besar untuk menghindari kemacetan. Karena kelebihanannya yang memiliki ukuran kecil sehingga dapat melintas di sela-sela kemacetan di kota. Dengan ukurannya yang kecil ojek dapat menjangkau lingkungan padat yang tidak dapat dilalui oleh kendaraan lain seperti halnya mobil.

Seiring dengan perkembangan teknologi yang kian maju, ojek pun mengalami perkembangan. Dengan adanya *smartphone* dengan berbagai aplikasi yang ada turut mempengaruhi cara ojek untuk mendapatkan penumpang / konsumen. Saat ini ada beberapa perusahaan yang mengembangkan aplikasi *smarphone* yang ditujukan untuk memesan layanan ojek *online*.

Layana ojek *online* tidak hanya membantu penumpang untuk mendapatkan ojek, tetapi turut membantu ojek itu sendiri. Ojek *online* juga menetapkan harga yang baku sehingga tidak terjadi lagi tawar menawar antara supir ojek dan penumpangnya. Layana ojek *online* tidak sebatas untuk mengantar penumpang saja, bahkan ada layanan ojek *online* yang dapat melayani pesanan antar baik makanan ataupun barang.

Saat ini sudah banyak perusahaan yang bergerak dibidang ojek *online*, namun dalam penelitian ini hanya akan dibahas tiga perusahaan yaitu Go-jek dan GrabBike dan Blu-Jek. Penelitian ini hanya meneliti tentang layanan antar penumpang.

## 1. Go-Jek



**Gambar 1.1 Logo Aplikasi Go-Jek**

*Sumber: play.google.com (2016)*

Perusahaan ojek *online* bernama PT Go-Jek Indonesia ini sudah didirikan sejak 2010 di Jakarta. Saat ini, CEO dijabat oleh Nadiem Makarim, pemuda Indonesia jebolan Harvard Business School, Universitas Harvard, Amerika Serikat. Go-Jek menawarkan layanan transportasi ojek, kirim makanan dan, atau kurir dengan tarif berbasis kilometer yang terjangkau. Sejauh ini perusahaan lokal ini memiliki 10.000 mitra pengendara ojek. Semua pengendara itu tersebar di Jabodetabek, Bandung, Surabaya, Bali dan Makassar (okezone.com, 2015).

Go-Jek tidak hanya melayani antar jemput penumpang, Go-Jek juga memiliki layanan lainnya. Layanan yang disediakan Go-Jek yaitu (go-jek.com, 2016) Go-Ride, Go-Car, Go-Food, Go-Send, Go-Mart, Go-Box, Go-Massage, Go-Clean, Go-Glam, Go-Tix dan Go-Busway.

## 2. GrabBike



**Gambar 1.2 Logo Grab**

*Sumber: play.google.com (2016)*

Layanan ojek *online* ini diluncurkan di Jakarta pada Mei 2015. GrabBike merupakan layanan ojek *online* yang disediakan oleh GrabTaxi, perusahaan layanan transportasi pemesanan taksi berbasis aplikasi asal negeri Jiran Malaysia. Secara operasi, menggunakan pola yang sama seperti Go-Jek, yaitu calon penumpang memesan ojek melalui aplikasi. GrabBike menerapkan bagi hasil keuntungan 90% untuk pengendara ojek dan 10% untuk GrabBike. Aplikasi GrabBike bisa diunduh di pusat aplikasi Play Store, iOS dan Windows (okezone.com, 2015).

### 3. Blu-Jek



**Gambar 1.3 Logo Blu-Jek**

*Sumber: play.google.com (2016)*

Aplikasi ini resmi diluncurkan di Jakarta pada 17 September 2015 oleh Michael Manuhutu dan Garrett Kartono. Nama Blue-jek sendiri berasal dari kata 'blusukan' dan "ojek". Menurut Garret Kartono, saat ini Blu-Jek sudah memiliki 1.000 pengendara. Blu-Jek menyodorkan empat layanan yang bisa diakses melalui call center, juga melalui aplikasi smartphone baik di Android maupun iOS. Layanan tersebut yaitu Blu-Rider, Blu-Pick, Blu-Shop dan Blu-Menu (okezone.com, 2015).

## **1.2 Latar Belakang Penelitian**

Manusia membutuhkan fasilitas transportasi untuk melakukan kegiatannya sehingga manusia tidak dapat dipisahkan dengan transportasi. Alat transportasi mengalami perkembangan pesat dengan penemuan baru berupa mesin uap pada saat terjadi revolusi industri pada tahun 1800-an. Alat transportasi mengalami

perubahan yang pada mulanya menggunakan tenaga manusia atau hewan digantikan dengan mesin uap (Adisasmita, 2015:2).

Manusia bertambah maju demikian juga dengan transportasi yang bertambah maju pula. Kemajuan teknologi transportasi dicerminkan dengan kecepatan yang lebih tinggi kapasitas angkut yang lebih besar. Kemajuan transportasi telah mendorong peningkatan kebutuhan manusia akan jumlah yang lebih besar dan frekuensi yang lebih sering. Peningkatan ini harus seiring dengan ketersediaan fasilitas transportasi yang lebih besar. Ketika fasilitas transportasi kurang memadai akan timbul berbagai masalah baru salah satunya yaitu kemacetan (Adisasmita, 2015:2).

Kemacetan merupakan masalah yang umum dialami oleh kota besar di Dunia saat ini. Rata-rata pengemudi di seluruh dunia menghabiskan sekitar 8 hari terjebak dalam kemacetan lalu lintas setiap tahun dan di saat jam-jam sibuk. Berdasarkan hasil survei internasional yang dikutip dari [autonetmagz.com](http://autonetmagz.com) (2016) kota dengan kemacetan terparah di dunia yaitu kota Moskow dengan tingkat kemacetan sebesar 78%.

Kemacetan tidak hanya terjadi di luar negeri, Indonesia mengalami permasalahan yang sama. Kemacetan menjadi masalah yang terjadi di Indonesia. Indonesia menduduki peringkat 10 negara termacet di dunia tahun 2016 dengan *traffic index* sebesar 182,92 meningkat dari pertengahan tahun 2015 sebesar 177,91 ([numbeo.com](http://numbeo.com), 2016). Kemacetan terparah terjadi di kota Jakarta yang menduduki peringkat 17, dengan *traffic index* sebesar 237,25.

Kemacetan di kota besar menjadi masalah yang masih belum bisa diatasi di Indonesia. Untuk mengatasi masalah ini masyarakat Indonesia mempunyai solusi tersendiri salah satunya yaitu dengan menggunakan jasa ojek. Ojek merupakan alat transportasi yang umum digunakan di Indonesia. Ojek mengunakan kendaraan roda dua untuk mengantar penumpangnya. Ojek banyak tersebar di kota maupun di desa. Bagi masyarakat desa ojek dijadikan alat transportasi alternatif untuk menjangkau daerah yang tidak dilalui oleh kendaraan umum atau transportasi masa. Berbeda untuk masyarakat di kota, ojek dijadikan alternatif untuk mengatasi kemacetan yang terjadi ([merahputih.com](http://merahputih.com), 2016). Masyarakat di kota menilai ojek menjadi alat transportasi alternatif yang efektif digunakan di kota

karena ukurannya yang kecil sehingga dapat melewati jalan yang tidak dapat dilewati kendaraan lain. Dengan kelebihan ini ojek dapat mencapai tujuan lebih cepat dari alat transportasi lain, namun ojek memiliki kekurangan pada kenyamanan dan keamanan karena ojek merupakan kendaraan roda dua.

Semakin berkembangnya teknologi turut mempengaruhi cara menggunakan jasa ojek. Pada awalnya ojek kita dapat menemukan ojek di pangkalan-pangkalan ojek. Saat ini ada beberapa perusahaan di Indonesia yang mengembangkan aplikasi untuk pemesanan layanan ojek *online*, sehingga dapat mempermudah pelanggan untuk mendapatkan jasa ojek. Ojek *online* menjadi trend di kota Jakarta, kemudahan dalam bertransaksi tanpa harus melakukan tawar-menawar menjadi salah satu alasan konsumen untuk menggunakan layanan ojek *online* ini (tempo.co, 2016).

Perkembangan bisnis e-commerce di Indonesia melesat dalam lima tahun terakhir. Hasil riset yang diprakarsai oleh Asosiasi E-commerce Indonesia (idEA), Google Indonesia, dan TNS (Taylor Nelson Sofres) memperlihatkan bahwa tahun 2013 nilai pasar e-commerce Indonesia mencapai US\$8 miliar (Rp 94,5 triliun) dan di tahun 2016 diprediksi naik tiga kali lipat menjadi US\$25 miliar (Rp 295 triliun)(jpnn.co, 2016). Berkembangnya e-commerce di Indonesia turut mempengaruhi layanan ojek di Indonesia, saat ini kita dapat memesan layanan ojek melalui aplikasi di *smartphone*. Layanan ini dikenal dengan ojek *online*.

Kemunculan ojek *online* menjadi ancaman tersendiri bagi ojek konvensional atau ojek pangkalan, kemunculan ojek *online* dinilai telah merebut konsumen ojek konvensional sehingga pendapatannya menurun. Dikutip dari merdeka.com (2016) penghasilan yang didapatkan oleh pengemudi ojek *online* di Jakarta mencapai 7,5 juta hingga 9 juta perbulan. Sejak kemunculan ojek *online* sering kali terjadi konflik antara ojek *online* dengan ojek pangkalan.

Konsumen lebih memilih menggunakan layanan ojek *online* dari pada ojek konvensional. Konsumen menilai menggunakan ojek *online* lebih aman karena operator dapat memantau posisi konsumen dari *GPS* yang tersedia di ponsel, selain itu harga yang baku menjadi salah satu alasan (tempo.co, 2016). Pengguna

ojek *online* tidak hanya dari kalangan masyarakat biasa, ada juga dari kalangan artis dan pejabat.

Kehadiran ojek *online* dengan berbagai kelebihan tidak terhindar dari keluhan konsumennya. Dikutip dari detik.com (2016), sejumlah pengguna layanan ojek *online* merasa terganggu privasinya dikarenakan beberapa pengemudi ojek *online* menyalah gunakan informasi pribadi konsumen seperti mengirim pesan yang tidak pantas kepada konsumen. Selain mengganggu privasi konsumen beberapa dari pengemudi ojek *online* juga melanggar aturan lalulintas.

Dikutip dari kompas.com (2016) GrabBike menguasai pangsa pasar ojek online di Indonesia sebesar 35%, sedangkan pangsa pasar terbesar masih dikuasai oleh Go-Jek. Menurut data yang diambil dari play.google.com (2016) tiga aplikasi ojek *online* yang paling banyak diunduh untuk perangkat bersistem operasi android yaitu Go-Jek, Grab dan Blu-Jek. Aplikasi Go-Jek dan Garb masing-masing telah diunduh setidaknya sebanyak lima juta kali sedangkan untuk aplikasi Blu-Jek sebanyak seratus ribu kali.

Jakarta merupakan ibu kota negara Indonesia sekaligus salah satu kota metropolitan yang ada di Indonesia. Jakarta juga merupakan tempat pertama munculnya ojek *online* di Indonesia. Sebagai kota besar Jakarta memiliki masalah kemacetan yang tinggi. Dikutip dari situs antaranews.com (2016) Menko Perekonomian Hatta Rajasa mengatakan bahwa enam kota metropolitan di Indonesia mengalami masalah kemacetan yang luar biasa yaitu DKI Jakarta, Bandung, Surabaya, Medan, Makasar dan Denpasar. Kemacetan di kota Jakarta menjadi pangsa pasar yang baik untuk ojek sebagai salah satu solusi untuk menembus kemacetan. Hal ini lah yang mendorong penulis untuk melakukan penelitian di kota Jakarta.

Menurut Tjiptono (2008:24) kunci utama untuk memenangkan persaingan bisnis adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui produk dan jasa berkualitas dengan harga bersaing.

Populernya ojek *online* membuat banyak perusahaan layana ojek *online* baru bermuculan, namun dari sekian banyak perusahaan yang muncul hanya beberapa perusahaan yang tetap masih bertahan dan masih terlihat melayani penumpang di Jakarta (tribunnews.com, 2016). Untuk itu penulis ingin

mengetahui preferensi konsumen ojek *online* di Jakarta, agar perusahaan ojek *online* dapat mengetahui layanan ojek *online* yang diinginkan oleh konsumen sehingga dapat bertahan dan berkembang di bisnis ojek *online*.

Berdasarkan dari data yang telah disampaikan maka penulis memutuskan untuk melakukan penelitian yang berjudul “**Analisis Preferensi Kosumen ojek Online di Jakarta Tahun 2016**”.

### **1.3 Perumusan Masalah**

Layanan jasa ojek sudah populer di Indonesia sejak dahulu. Ojek menjadi pilihan bagi masyarakat di daerah yang sulit di jangkau oleh kendaraan dan masyarakat di kota besar untuk mengatasi kemacetan. Perkembangan teknologi turut mendorong ojek berkembang sebagai alat transportasi yang lebih baik dengan adanya layanan ojek *online*. Ojek *online* menjadi pilihan masyarakat di kota besar untuk menembus kemacetan.

Sebagai layanan yang baru ojek *online* harus mengerti apa yang diinginkan oleh konsumennya. Saat ini ojek *online* sedang menjadi tren dimasyarakat terutama di kota besar seperti Jakarta. Agar ojek *online* dapat mempertahankan kepopulerannya maka perusahaan yang bergerak dibidang ojek *online* harus mengetahui preferensi konsumennya.

### **1.4 Pertanyaan Penelitian**

Sesuai dengan perumusan masalah yang telah dijelaskan sebelumnya tentang preferensi konsumen ojek *online*, maka pertanyaan penelitian dalam penelitian ini yaitu:

Bagaimana preferensi konsumen ojek *online* di Jakarta tahun 2016?

### **1.5 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan dari penelitian ini yaitu:

Untuk mengetahui preferensi konsumen ojek *online* di Jakarta tahun 2016.

### **1.6 Kegunaan Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini yaitu:

#### **1. Kegunaan Teoritis**

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan gambaran yang lebih mendalam tentang preferensi konsumen ojek *online*, agar dapat

dijadikan sebagai informasi tambahan untuk perkembangan ilmu manajemen pemasaran.

## 2. Kegunaan Praktis

Diharapkan dari hasil penelitian ini dapat menjadi masukan dan bahan pengembangan bagi perusahaan ojek *online*, maupun ojek konvensional serta perusahaan transportasi lainnya.

### 1.7 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini adalah tentang perilaku konsumen dalam hal ini yaitu preferensi konsumen ojek *online* di Jakarta. Untuk mempermudah penelitian ini terbatas pada layanan antar penumpang. Penelitian ini menggunakan sampel dari pelanggan ojek *online* Go-Jek, GrabBike dan Blu-Jek karena ketiga aplikasi ini menjadi aplikasi yang paling banyak diunduh (play.google.com, diakses pada 24 Mei 2016). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui preferensi konsumen terhadap layanan ojek *online* secara keseluruhan dan tidak membandingkan perusahaan penyedia ojek *online* yang ada.

Penelitian ini akan dilakukan di Jakarta di kota pertama kali munculnya ojek *online* di Indonesia selain itu di Jakarta juga terdapat beberapa perusahaan ojek *online*. Waktu pelaksanaan penelitian ini dimulai dari bulan September 2015 sampai dengan Agustus 2016.

### 1.8 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini disusun untuk memberikan gambaran tentang penelitian yang dilakukan, dan berisi mengenai materi yang dibahas dalam tiap-tiap bab. Dalam penelitian ini dibagi menjadi lima bab, yaitu:

#### BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan secara umum tentang objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian serta sistematika penulisan dalam penulisan ini.

#### BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan tentang hasil kajian kepustakaan yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti. Dalam bab ini juga akan diuraikan landasan teori yang akan digunakan sebagai dasar analisis penelitian, penelitian terdahulu, dan kerangka pemikiran.

### BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini akan dijelaskan tentang pendekatan, metode, serta teknik yang digunakan dalam mengumpulkan dan menganalisis data agar dapat menjawab atau menjelaskan masalah penelitian.

### BAB IV HASIL dan PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang deskripsi dari objek penelitian, hasil dari analisis yang telah dilakukan serta pengolahan data dan pembahasannya yang diuraikan secara sistematis dan kronologis sesuai dengan ruang lingkup penelitian dan tujuan dari penelitian ini.

### BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisikan tentang kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan serta saran yang dapat digunakan bagi objek penelitian maupun pihak lain yang membutuhkan.