

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

#### 1.1.1 Profil Umum Perusahaan

Uber merupakan jasa perantara penyedia alat transportasi dengan menggunakan aplikasi *mobile* yang menghubungkan penumpang dengan pengemudi Uber, dapat diakses melalui *smartphone* yang terhubung jaringan internet. Aplikasi *mobile* yang disediakan membantu para penumpang dalam memberikan informasi tentang : jarak tempuh ke lokasi tujuan, perkiraan tarif biaya, pilihan metode pembayaran, serta melihat profil pengemudi Uber yang dilengkapi dengan adanya foto pengemudi, jenis kendaraan yang dikendarai, nomor polisi kendaraan tersebut dan kontak pengemudi. Pada akhir Tahun 2014, Uber mulai beroperasi di kota-kota besar Indonesia seperti Jakarta, Bandung, Bali, dan Surabaya. (*Sumber: www.kembar.pro*, diakses pada tanggal 23 Agustus 2016).

Uber berdiri pada tahun 2009 di San Fransisco, Amerika Serikat, dengan nama UberCab. Pendiri Uber yaitu Garret Camp dan Travis Kalanick, pada awalnya mempunyai ide untuk menjalankan layanan mobil mewah yang nyaman dan terjangkau. Hal ini dipicu oleh keinginan Garret untuk memecahkan masalah besar di San Fransisco, yaitu sulitnya mendapatkan taksi. Pada Januari 2010, Ryan Graves rekrut untuk menjadi *General Manager* Uber. Lalu pada Oktober 2010, Ryan mengubah nama UberCab menjadi Uber, yang kemudian mendapatkan pendanaan sebesar USD 1,25 juta (Rp 15,4 Miliar). Saat ini , Uber beroperasi tidak hanya di San Fransisco, tapi dilebih dari 250 kota di 50 negara. Uber memiliki rencana menciptakan satu juta pekerjaan pada tahun 2015, dan memiliki impian dimana pengemudi tidak perlu lagi membeli sebuah mobil karena berkendara dengan Uber akan menjadi alternatif yang lebih murah nantinya. (*Sumber: id.techinasia.com* , diakses pada tanggal 23 Agustus 2016).



**Gambar 1.1**  
**Logo Uber**

(Sumber: [www.phonemenus.co.uk](http://www.phonemenus.co.uk) , diakses pada tanggal 23 Agustus 2016)

### **1.1.2 Visi dan Misi**

Dalam *website* resmi Uber, ada dua hal yang menjadi fokusnya dalam menjalankan bisnis. Pertama, adalah Membantu Kota dengan mencari cara yang lebih baik agar kota dapat bekerja, bergerak, dan berkembang. Ada beberapa poin yang menjadi perhatian Uber, yaitu (Sumber: [www.uber.com](http://www.uber.com) , diakses pada tanggal 23 Agustus 2016):

1. Ekonomi yang Lebih Kuat, kesempatan untuk semua.
2. Akses yang Ditingkatkan, transportasi yang mencakup tiap mil.
3. Jalan yang Lebih Aman, membantu pencegahan mengemudi saat mabuk.
4. UberPOOL, berbagai cara ke kota yang ramah lingkungan.

Kedua, adalah Keselamatan yang ingin mewujudkan perjalanan aman, kota yang lebih aman agar dapat melakukan apa pun dan untuk siapa pun di jalan. Ada beberapa poin yang menjadi perhatian Uber, yaitu (Sumber: [www.uber.com](http://www.uber.com) , diakses pada tanggal 23 Agustus 2016) :

1. Penumpang dan Pengemudi, Perjalanan yang selalu dapat Anda percayai.

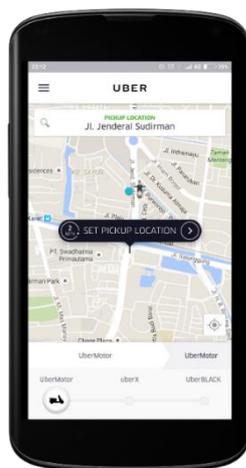
2. Keselamatan Untuk Semua, melindungi masyarakat.

### 1.1.3 Produk Perusahaan

Uber menawarkan enam layanan jasa yang dapat digunakan oleh para pelanggannya, yaitu:

1. **UberX**, Uber yang menawarkan harga yang terjangkau dengan model kendaraan *Toyota Avanza, Daihatsu Xenia, Suzuki Ertiga, Nissan Livina, Toyota Agya, Daihatsu Ayla, Honda Mobilio, Datsun Go, Toyota Rush, Daihatsu Terios, Honda Brio, Honda Jazz*, dan masih banyak lagi. (Sumber: [www.uber4jkt.com](http://www.uber4jkt.com) , diakses pada tanggal 24 Agustus 2016)
2. **UberBlack**, *The Original Uber*. (Sumber: [www.uber4jkt.com](http://www.uber4jkt.com) , diakses pada tanggal 24 Agustus 2016). UberBlack menawarkan layanan *premium* dengan jenis kendaraan ‘terjelek’ Innova hingga mobil-mobil mewah. Innova sendiri ditempatkan sebagai UberBlack, tetapi jika dibutuhkan dapat menjadi UberX. Berikut model kendaraan yang disarankan (Termasuk, tetapi tidak terbatas pada): *Toyota Kijang Innova, Toyota Fortuner, Mitsubishi Pajero Sport, Mercedes Benz C-Class, Mercedes Benz, Mercedes Benz E-Class, BMW 3 Series*, dan masih banyak lagi. (Sumber: [www.uber4jkt.com](http://www.uber4jkt.com) , diakses pada tanggal 24 Agustus 2016).
3. **UberMotor**, adalah aplikasi yang membuat orang menghemat waktu dan uang untuk memesan layanan sepeda motor dengan hanya menekan satu tombol. UberMotor menawarkan kendaraan yang lebih cepat, lebih mudah, dan lebih terjangkau untuk mengantarkan Anda. Seperti layanan Uber lainnya, penumpang memesan UberMotor dengan memilih UberMotor, menentukan lokasi penjemputan dan tujuan. Seluruh armada UberMotor memiliki kapasitas mesin dari 100cc – 250cc dan nyaman untuk 2 orang (pengemudi dan penumpang). (Sumber: [www.uber4jkt.com](http://www.uber4jkt.com) , diakses pada tanggal 24 Agustus 2016).

4. **UberPOOL**, sama dengan UberX, tetapi dengan mencocokkan dua penumpang dengan tujuan dan waktu yang relative sama. 36 kota didunia sudah mempunyai UberPOOL, Jakarta adalah kota pertama di Asia Tenggara untuk mempunyai UberPOOL. (*Sumber:* [www.uber4jkt.com](http://www.uber4jkt.com) , diakses pada tanggal 24 Agustus 2016).
5. **UberDOST**, adalah program *referral* dari Uber. Lewat Program ini, Anda dapat mengajak rekan Anda untuk mengemudi bersama Uber, kemudian Anda akan mendapatkan bonus referral Rp. 500.000 dan rekan yang Anda ajak akan mendapatkan Rp. 250.000 setelah menyelesaikan 15 kali perjalanan bersama Uber. (*Sumber:* [www.uber4jkt.com](http://www.uber4jkt.com) , diakses pada tanggal 24 Agustus 2016).
6. **UberBACPR**, adalah sebuah program untuk memperkenalkan dan berbagi pengalaman perjalanan bersama Uber kepada masyarakat serta mengajak keluarga, teman maupun kerabat Anda untuk mengunduh dan menggunakan Uber serta menikmati Perjalanan Pertama discount 50% sampai dengan Rp35.000,-. Kemudian Anda akan mendapatkan bonus dari hasil setiap perjalanan pertama berbayar adalah sebesar Rp20.000,- dan Anda akan mendapatkan tambahan Rp10.000,- setelah terjadi perjalanan kedua berbayar dalam bulan yang sama. (*Sumber:* [www.uber4jkt.com](http://www.uber4jkt.com) , diakses pada tanggal 24 Agustus 2016).

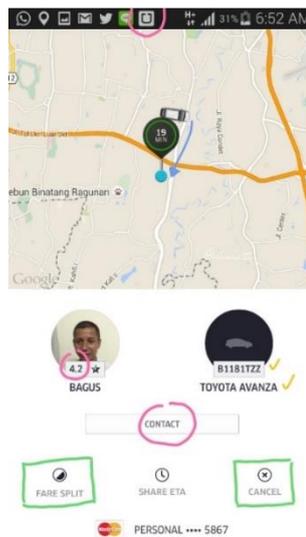


**Gambar 1.2**

**Layanan Jasa Uber pada Aplikasi *Mobile* Uber**

(*Sumber:* [www.google.co.id](http://www.google.co.id) , diakses pada tanggal 24 Agustus 2016)

Untuk menggunakan layanan jasa Uber, penumpang terlebih dahulu harus mempunyai aplikasi *mobile* Uber pada *smartphone* yang tersedia di *Google Play* untuk *Android* atau di *App Store* untuk *iOS*. Pada aplikasi *mobile* Uber, penumpang dapat memilih tiga layanan jasa yaitu UberMotor, UberX dan UberBlack yang sesuai dengan kebutuhan penumpang. Untuk melakukan *order*, penumpang harus menentukan lokasi penjemputan dan lokasi tujuan untuk mendapatkan kendaraan. Salah satu fitur andalan aplikasi *mobile* Uber yaitu penumpang dapat melacak lokasi kendaraan yang telah dipesan untuk mengetahui secara detail dimana lokasi kendaraan, jarak antara penumpang dengan kendaraan bahkan seberapa lama lagi kendaraan itu tiba. (Sumber: <http://pulsasolusi.com> , diakses pada tanggal 24 Agustus 2016).

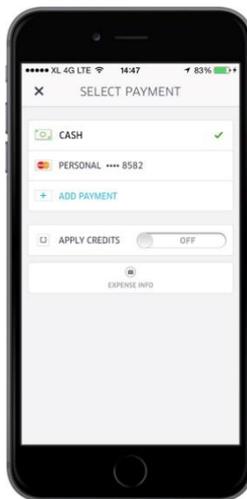


**Gambar 1.3**  
**Tampilan Ketika Telah Berhasil Order Uber**  
(Sumber: Radite:2016)

Sejak kehadiran Uber di Jakarta pada tahun 2014 yang lalu, Uber telah menjadi salah satu pilihan untuk para komuter. Namun, masih belum dapat menjangkau lebih banyak masyarakat Jakarta dengan hanya adanya pilihan pembayaran yang menggunakan kartu kredit. Saat ini Uber telah menambahkan pilihan pembayarannya untuk memberikan kesempatan ada warga untuk menikmati

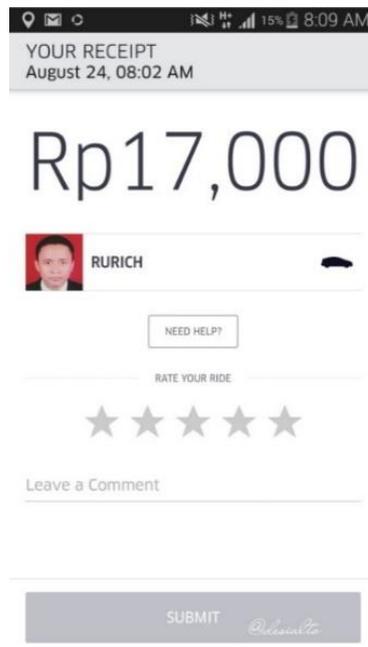
layanannya, yaitu dengan memakai uang tunai. Pada saat *order* Uber, penumpang dapat mengganti pilihan pembayaran dengan uang tunai, kemudian pembayaran dengan uang tunai dilakukan pada saat perjalanan berakhir. (*Sumber*: newsroom.uber.com , diakses pada tanggal 24 Agustus 2016).

Tidak hanya berhenti di situ, untuk semakin meningkatkan pelayanannya, beberapa minggu setelah menyediakan pilihan pembayaran dengan uang tunai, Uber menyediakan pula pembayaran dengan kartu debit atau kartu ATM bank lokal yang terdapat di Indonesia. Hal ini berlaku diseluruh wilayah layanan Uber di Indonesia, seperti Jakarta (Jabodetabek), Bandung, Surabaya dan Bali. Namun, sampai sekarang ini hanya kartu ATM bank Mandiri saja yang bisa digunakan. (*Sumber*: www.naikuber.com , diakses pada tanggal 24 Agustus 2016).

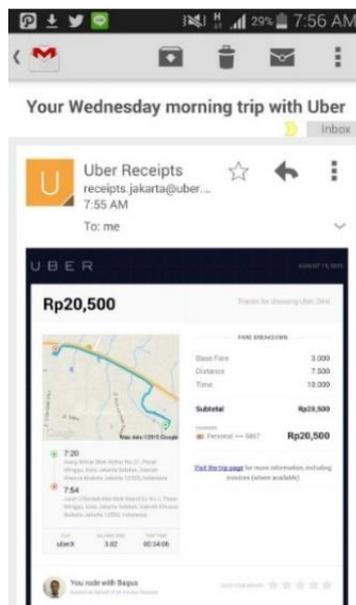


**Gambar 1.4**  
**Tampilan Pilihan Pembayaran pada Aplikasi *Mobile* Uber**  
(*Sumber*: newsroom.uber.com , diakses pada tanggal 24 Agustus 2016)

Jika telah menyelesaikan tujuan, penumpang Uber dapat memberikan *review* berupa *rating* dan *comment* mengenai layanan yang diberikan pengemudi Uber melalui aplikasi ini. Selain itu, akan mendapatkan Uber *Receipt* yang langsung dikirimkan ke *email* penumpang. Kedua hal tersebut, dapat menjadi upaya untuk menciptakan aliran informasi dua arah antara penumpang dengan pihak Uber.



**Gambar 1.5**  
**Tampilan Kolom Review Untuk Pengemudi Uber**  
 (Sumber: Radite:2016)



**Gambar 1.6**  
**Tampilan Uber Receipt di Email Penumpang**  
 (Sumber: Radite:2016)

## 1.2 Latar Belakang

Kota Bandung terletak di wilayah Jawa Barat dan merupakan Ibukota Propinsi Daerah Tingkat I Jawa Barat. Kota Bandung terletak diantara 107 0 Bujur Timur dan 6 0 55' Lintang Selatan. Lokasi Kotamadya Bandung cukup strategis, dilihat dari segi komunikasi, perekonomian maupun keamanan. Hal tersebut disebabkan oleh, Kota Bandung pada bagian barat dan timur dapat dengan mudah menjangkau dan berhubungan dengan ibukota negara yaitu DKI Jakarta, dan kota Bandung pada bagian utara dan selatan dapat dengan mudah untuk menjangkau perkebunan di Subang dan Pengalengan. (*Sumber: jabarprov.go.id* , diakses pada tanggal 24 Agustus 2016).



**Gambar 1.7**  
**Lambang Kota Bandung**  
(*Sumber: jabarprov.go.id*, diakses pada 24 Agustus 2016)

Secara topografis kota Bandung terletak pada ketinggian 768 meter di atas permukaan laut, titik tertinggi di daerah Utara dengan ketinggian 1.050 meter dan terendah di sebelah Selatan adalah 675 meter di atas permukaan laut. Di wilayah kotamadya Bandung bagian Selatan permukaan tanah relatif datar, sedangkan di wilayah kota bagian Utara berbukit-bukit. (*Sumber: jabarprov.go.id* , diakses pada tanggal 24 Agustus 2016)

Berdasarkan letak tapografisnya, menjadikan kota Bandung memiliki udara yang sejuk dan memiliki alam dengan panorama yang indah, sehingga memiliki daya tarik tersendiri untuk para wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara. Hal ini dikarenakan banyaknya tempat wisata yang tersebar di setiap penjuru kota Bandung. Tempat wisata yang terdapat di kota Bandung sangat beragam mulai dari tempat wisata alam, tempat wisata sejarah, restoran dan *café* yang menawarkan makanan unik dan pemandangan alam yang indah, kuliner kaki lima yang menawarkan masakan tradisional, pusat perbelanjaan seperti *factory outlet*, *distro* dan *mall*. Kota Bandung pun dikenal dengan kota kreatif hal ini dapat dilihat dari berbagai hal, salah satunya adalah taman-taman kota yang tertata baik dan dapat menjadi tempat berkumpulnya masyarakat atau komunitas-komunitas bisa menjadi pilihan wisata yang menarik. (*Sumber: www.property-bandung.com* , diakses pada tanggal 24 Agustus 2016).

Dengan menjadi salah satu kota tujuan wisata, memang mendatangkan pendapatan yang baik untuk kota Bandung itu sendiri dan masyarakatnya namun disamping itu juga menimbulkan permasalahan, yaitu kemacetan khususnya pada akhir pekan dan hari libur nasional. Kepala Seksi Manajemen dan Rekayasa Lalu Lintas Dinas Perhubungan Kota Bandung, Yudhiana mengatakan bahwa ketika kapasitas jalan lebih besar dari volume jumlah kendaraan maka hal ini tidak akan mengakibatkan hambatan lalu lintas dalam hal ini kemacetan. Sebaliknya bila kapasitas jalan itu lebih kecil jumlahnya dibandingkan volume kendaraan akan mengakibatkan kemacetan, ujar Yudhiana. Bertambahnya jumlah kendaraan di jalan raya membuat lalu lintas menjadi padat. Hal ini, tidak diimbangi dengan pertumbuhan ruas jalan sehingga inilah yang mengakibatkan penumpukan volume kendaraan. (*Sumber: infobandung.co.id* , diakses pada tanggal 24 Agustus 2016)

Bertambahnya kendaraan bermotor dari para wisatawan pada ruas jalan jelas menambah permasalahan kota Bandung, hal ini karena jumlah kendaraan bermotor yang dimiliki warga Bandung pun sudah sangat banyak. Berdasarkan hasil pemaparan Yudhiana yang dikutip dari *infobandung.co.id*, kepala seksi Manajemen dan Rekayasa Lalulintas Dishub Kota Bandung, di Bandung, pada saat

ini, setidaknya ada 1,25 juta kendaraan bermotor di Kota Bandung, dari jumlah tersebut sekitar 94% nya adalah kendaraan pribadi. Terkait jumlah sepeda motor, tambahnya, kini terdapat sekitar 895 ribuan unit atau sekitar 72% dari total komposisi kendaraan bermotor di Bandung. Sedangkan mobil pribadi sekitar 282 ribuan unit atau sekitar 22%. Pemaparan terkait jumlah kendaraan bermotor dan mobil pribadi di kota Bandung tersebut sesuai dengan data yang ada pada Badan Pusat Statistik tentang perkembangan jumlah kendaraan bermotor yang ada di Indonesia. Data tersebut dapat dilihat pada tabel 1.1 pada data terakhir tahun 2013 jumlah kendaraan bermotor sebanyak 104.118.969 dan data menunjukkan pertambahan tiap tahunnya. Mobil pribadi dan sepeda motor menunjukkan pertambahan yang cukup signifikan tiap tahunnya (Rusyanto:2016).

**Tabel 1.1**  
**Perkembangan Jumlah Kendaraan Bermotor Menurut Jenis**  
**Tahun 2009-2013**

Tahun	Mobil Penumpang	Bis	Truk	Sepeda Motor	Jumlah
2009	<b>7.910.407</b>	<b>2.160.973</b>	<b>4.498.171</b>	<b>52.767.093</b>	<b>67.336.644</b>
2010	<b>8.891.041</b>	<b>2.250.109</b>	<b>4.687.789</b>	<b>61.078.188</b>	<b>76.907.127</b>
2011	<b>9.548.866</b>	<b>2.254.406</b>	<b>4.958.738</b>	<b>68.839.341</b>	<b>85.601.351</b>
2012	<b>10.432.259</b>	<b>2.273.821</b>	<b>5.286.061</b>	<b>76.381.183</b>	<b>94.373.324</b>
2013	<b>11.484.514</b>	<b>2.286.309</b>	<b>5.615.494</b>	<b>84.732.652</b>	<b>104.118.969</b>

(Sumber: bps.go.id , diakses pada tanggal 28 Agustus 2016)

Untuk selanjutnya agar dapat mengurai kemacetan yang ada selain harus menambah ruas jalan, pemerintah kota Bandung juga memiliki pekerjaan rumah untuk membenahi fasilitas dan pelayanan angkutan umum. Hal ini dikarenakan banyaknya warga Bandung yang memilih menggunakan kendaraan pribadi untuk berpergian daripada menggunakan angkutan umum, terlihat dari pemaparan kepala seksi Manajemen dan Rekayasa Lalulintas Dishub Kota Bandung dan data yang ada pada Tabel 1.1. Adanya rasa tidak nyaman dan tidak aman yang dirasakan warga Bandung ketika menggunakan jasa angkutan umum yang dikarenakan kondisi

mobil angkutan umum sudah tidak layak dan supir yang sering ugal-ugalan. Dengan demikian, hal-hal yang berkaitan dengan keadaan angkutan umum dari mulai supir hingga kendaraannya dapat lebih dikoordinasikan dengan pemerintah kota Bandung untuk menarik minat warganya menggunakan angkutan umum. (Taofiq:2016).

Banyaknya jumlah kendaraan pribadi dan kurangnya minat dan kepercayaan masyarakat terhadap angkutan umum memang menjadi pekerjaan rumah untuk pemerintah kota Bandung, namun disisi lain permasalahan tersebut menjadi peluang bisnis bagi pengusaha-pengusaha inovatif. Sekarang ini, ada suatu konsep bisnis untuk saling bertukar sumber daya, yaitu *sharing economy*. Konsep *sharing economy* atau dikenal juga dengan sebutan lain seperti *colaborative consumption*, *gig economy* dan lain sebagainya. *Sharing economy* adalah sebuah konsep bisnis yang memberikan akses terhadap sumber daya yang dimiliki perorangan atau perusahaan untuk dimanfaatkan ataupun dikonsumsi secara bersama-sama. Terdapat beberapa perusahaan yang sudah menggunakan konsep bisnis ini dengan menawarkan jasa yang beragam, beberapa contohnya dapat dilihat pada tabel 1.2 (*Sumber: www.markplusinstitute.com* , diakses pada tanggal 27 Agustus 2016).

**Tabel 1.2**  
**Contoh Perusahaan dengan Konsep *Sharing Economy***

<b>Nama Perusahaan</b>	<b>Jenis Layanan</b>	<b>Cara Pemesanan</b>	<b>Metode Pembayaran</b>
Uber	UberMotor, UberX, UberBlack.	Aplikasi <i>Mobile</i>	Kartu Kredit, Uang Tunai, Debit Kartu ATM Bank Mandiri.
Gojek	Go-Ride, Go-Car, Go-Food, Go-Mart, Go-Send, Go-Box, Go-Massage, Go-Clean, Go-Glam, Go-Tix, Go-Busway	Aplikasi <i>Mobile</i>	Go-Pay (Go-Jek <i>Credit</i> ), Uang Tunai, <i>e-cash</i> BCA
Airbnb	Sewa Ruangan Untuk Tinggal	Website	Non-Tunai (Transfer)

(Sumber: koinworks.com , diakses pada tanggal 28 Agustus 2016)

Salah satu perusahaan yang mengadopsi konsep bisnis *sharing economy* adalah Uber. Uber merupakan jasa perantara penyedia alat transportasi dengan menggunakan aplikasi *mobile* yang menghubungkan penumpang dengan pemilik kendaraan yang dapat diakses melalui *smartphone* yang terhubung jaringan internet. (Sumber: www.kembar.pro , diakses pada tanggal 23 Agustus 2016).

Uber membuka kesempatan bagi siapapun yang mempunyai kendaraan pribadi untuk memberikan tumpangan ke siapapun yang membutuhkan dengan tetap adanya tarif berbayar. Berbagi *resources* seperti ini, menguntungkan kedua pihak, dimana pada sisi penumpang mendapatkan tumpangan ke tujuan dan memberikan insentif yang telah ditentukan oleh perhitungan tarif bagi pemilik kendaraan, dan pemilik kendaraan tersebut mendapatkan penghasilan tambahan dari jasa mengantarkan penumpang. (Sumber: www. ziliun.com , diakses pada tanggal 27 Agustus 2016)

Terdapat beberapa bisnis aplikasi mobile berbasis online pada layanan jasa transportasi di Indonesia selain Uber, yaitu Go-Jek, Grab Bike, Grab Taksi, Bajaj App, Transjek, Wheel Line, Bang Jek, Ojek Syar'I, Blue Jek dan masih banyak lagi. Namun, yang menawarkan jasa transportasi dengan kendaraan roda empat selain

Uber, yaitu Go-Car dan Grab. Berbagai pilihan aplikasi mobile tersebut, memiliki pilihan layanan, perhitungan tarif dan cara pembayaran yang berbeda yang dapat dilihat pada tabel 1.3 (*Sumber: segiempat.com* , diakses pada tanggal 28 Agustus 2016).

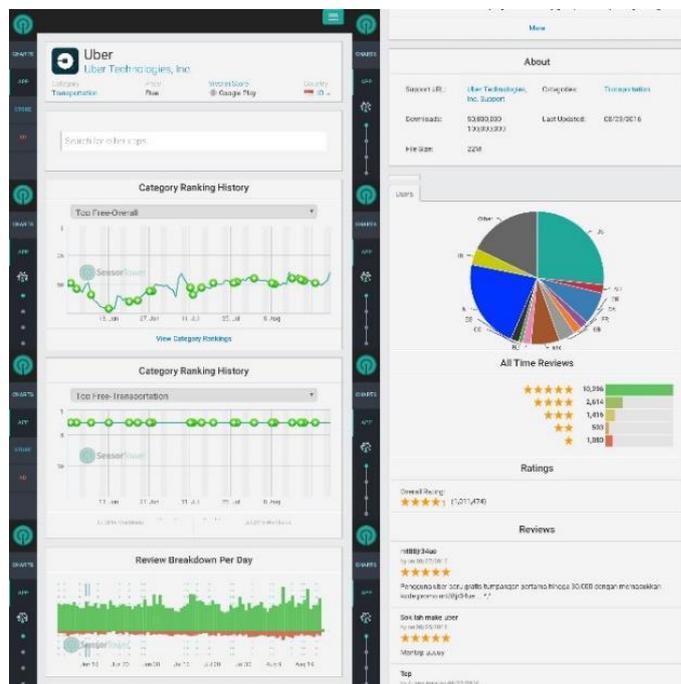
**Tabel 1.3**  
**Aplikasi *Mobile* Jasa Transportasi dengan Kendaraan Beroda Empat**

<b>Nama</b>	<b>Sebaran Operasional</b>	<b>Perhitungan Tarif</b>	<b>Metode Pembayaran</b>
Uber: a. UberBlack b. UberX	Jakarta (Jabodetabek), Bandung, Bali dan Surabaya	a. Tarif Minimum Rp 7.000,- Tarif Pembatalan Rp 30.000,- Tarif Dasar Rp 7.000,- Per-Menit Rp 500,- Per-Kilometer Rp 2.850  b. Tarif Minimum Rp 3.000,- Tarif Pembatalan Rp 30.000,- Tarif Dasar Rp 3.000 Per-Menit Rp 300,- Per-Kilometer Rp 2.001,-	Tunai, Kartu Kredit, Debit Kartu ATM Bank Mandiri
Go-Car	Jakarta (Jabodetabek), Bandung, Surabaya, Bali, Makassar	Tarif Dasar Rp 10.000,- Tarif Per-Kilometer Rp 3.500,-	Go-Pay (Go-Jek <i>Credit</i> ), Uang Tunai, <i>e-cash</i> BCA
Grab-Car	Jakarta (Jabodetabek)	Tarif Dasar Rp 10.000,- Tarif Per-Kilometer Rp 4.000,-	Tunai

(Sumber: *teknokompas.com* , diakses pada tanggal 8 September 2016)

Pada table 1.3 terlihat bahwa perhitungan tarif dasar Uber jauh lebih murah dibandingkan pesaingnya. Banyaknya aplikasi *mobile* yang menawarkan layanan jasa serupa dengan Uber, menjadikan pengguna *smartphone* mempunyai beragam pilihan untuk melakukan transportasi. Maka dari itu, dirasa perlu untuk melihat klasifikasi sebuah aplikasi *mobile* seperti berapa banyak pengunduh sebuah aplikasi *mobile*, pada *ranking* berapa perusahaan aplikasi tersebut dan bagaimana *review* pengguna terhadap aplikasi tersebut dan hal lainnya. Untuk melihat hal-hal tersebut, ada sebuah *platform* analisis perusahaan aplikasi yang bernama Sensor Tower. (Sumber: [www.sensortower.com](http://www.sensortower.com) , diakses pada tanggal 28 Agustus 2016).

Sensor Tower adalah platform analisis aplikasi terkemuka yang difokuskan untuk dapat menganalisis kinerja lebih dari 90.000 perusahaan aplikasi *mobile* yang terdapat di *App Store* pada *iOS* (*iPhone, iPad, iPod*) dan di *Google Play* pada *Android*. (Sumber: [www.sensortower.com](http://www.sensortower.com) , diakses pada tanggal 28 Agustus 2016).



**Gambar 1.8**  
**Review Aplikasi Mobile Uber**

(Sumber: [sensortower.com](http://sensortower.com) , diakses pada tanggal 28 Agustus 2016)

Berdasarkan gambar 1.8 dapat diketahui sampai dengan bulan Agustus 2016, aplikasi *mobile* Uber menjadi *Top Free* dengan kategori *Transportation* di Google Play pada *smartphone* berbasis Android, dengan sudah diunduh sebanyak lebih dari 8.000.000 kali. *Review* pengguna aplikasi *mobile* ini pun positif dengan berbagai opini tentang mengapa orang tertarik dengan layanan yang ditawarkan Uber. (*Sumber: sensortower.com* , diakses pada tanggal 28 Agustus 2016).

Menurut Kotler dan Keller (2013:13), sebuah perusahaan pemasaran yang berhasil adalah perusahaan yang dapat memenuhi, melayani dan memuaskan pelanggan. Dalam mengambil pilihan, pelanggan mempersepsikan tawaran mana yang menghantarkan nilai yang tertinggi atau seberapa sesuai penawaran tersebut dengan harapan pelanggan.

Menurut Arikanto (2013:11) menyatakan bahwa biasanya alasan yang diajukan oleh penelitian adanya kesenjangan antara apa yang diinginkan (keadaan yang ideal atau semestinya) dengan keadaan yang ada pada saat penelitian tersebut dilakukan. Arikanto (2013:23) menyatakan bahwa di samping dapat melihat hal yang tidak beres, penelitian dapat melihat hal-hal lain yang sifatnya positif, baik, dan patas dijadikan contoh yang merangsang untuk mengajukan pertanyaan-pertanyaan penelitian untuk mencari jawabannya.

Berdasarkan penelitian pendahuluan dengan 30 orang pengguna Uber di Bandung, diperoleh informasi terkait dengan preferensi dominan mereka dalam memilih layanan jasa Uber, yaitu: tarif 46,7%, kepraktisan 20%, kepercayaan 16,7%, kenyamanan 10% dan keamanan 6,7%. Tarif, pada aplikasi *mobile* Uber penumpang dapat melihat estimasi harga perjalanan dan pengguna layanan Uber menilai tarif yang ditawarkan Uber sangat murah; kepraktisan, Uber dirasa memudahkan kebutuhan pengguna untuk melakukan perjalanan dengan hanya mengakses aplikasi *mobile* Uber dari masing-masing *smartphone* penggunanya; Kepercayaan, aplikasi *mobile* Uber menampilkan secara rinci profil pengemudi kendaraan mulai dari foto pengemudi, *rating* yang diperoleh pengemudi, jenis kendaraan, nomor polisi kendaraan, estimasi waktu kendaraan sampai pada lokasi

penjemputan, kontak pengemudi yang dapat dihubungi, adanya transparansi rincian pembayaran yang dikirimkan di *email* penumpang dan adanya kolom *review* tentang perjalanan; Kenyamanan, kendaraan yang menjadi *partner* Uber diatur dalam beberapa persyaratan seperti adanya batas maksimal usia kendaraan dan jenis kendaraan, sehingga penumpang merasa nyaman dengan kualitas kendaraan yang ditawarkan, hal lain yang dirasa menimbulkan kenyamanan bagi penumpang adalah keramahan pengemudi Uber.

Pada penelitian pendahuluan ini, tarif menjadi faktor yang memiliki persentase tertinggi, menurut responden tarif Uber yang lebih murah berdasarkan tarif dasar, tarif per km dan tarif per menitnya jika dibandingkan dengan pesaingnya. Namun, Uber menetapkan harga untuk setiap perjalanannya berdasarkan jarak dan waktu tempuh yang ditampilkan dengan kisaran harga termurah sampai harga termahal yang kemungkinan harus dibayarkan oleh penumpang. Hal ini mengakibatkan kecemasan pada beberapa responden selaku konsumen Uber apabila melakukan perjalanan dengan Uber saat kondisi jalanan sedang macet karena tarif perjalanan akan terus berjalan seiring waktu tempuh perjalanan. Adanya perbedaan antara hasil persentase dan tanggapan dari responden terhadap sub faktor tersebut dan uraian latar belakang diatas membuat penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut terhadap sub faktor apa yang lebih membuat warga Kota Bandung memilih menggunakan layanan jasa Uber, dengan mengadakan penelitian yang berjudul “ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PEMBENTUK PREFERENSI KONSUMEN UBER DI KOTA BANDUNG”.

### **1.3 Perumusan Masalah**

1. Faktor-faktor apa sajakah yang menjadi pembentuk preferensi konsumen dalam menggunakan layanan jasa Uber di kota Bandung?
2. Faktor-faktor baru apakah yang menjadi pembentuk preferensi konsumen dalam menggunakan layanan jasa Uber di kota Bandung?
3. Faktor-faktor dominan apakah yang menjadi pembentuk preferensi konsumen dalam menggunakan layanan jasa Uber di kota Bandung?

## **1.4 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui faktor-faktor apa sajakah yang menjadi pembentuk preferensi konsumen dalam menggunakan layanan jasa Uber di kota Bandung.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor baru apakah yang menjadi pembentuk preferensi konsumen dalam menggunakan layanan jasa Uber di kota Bandung.
3. Untuk mengetahui faktor-faktor dominan apakah yang menjadi pembentuk preferensi konsumen dalam menggunakan layanan jasa Uber di kota Bandung.

## **1.5 Kegunaan Penelitian**

### **1.5.1 Aspek Teoritis**

Kegunaan penelitian ini dalam aspek teoritis yaitu diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan salah satu upaya pengembangan ilmu di bidang manajemen pemasaran khususnya tentang preferensi konsumen dan menjadi bahan referensi untuk penelitian dengan bidang kajian sejenis.

### **1.5.2 Aspek Praktis**

Kegunaan penelitian ini dalam aspek praktis yaitu diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi bahan masukan bagi perusahaan terkait, yaitu Uber dalam rangka pengembangan fitur yang lebih baik dan bermanfaat bagi penggunanya.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan ini disusun untuk memberikan gambaran umum tentang penelitian yang dilakukan dan untuk memudahkan pembaca dalam memahami penelitian ini. Adapun sistematika penulisan pada penelitian ini, yaitu:

## **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini berisikan tentang gambaran umum objek penelitian, latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab ini berisikan tentang tinjauan pustaka penelitian yang meliputi rangkuman teori dan penelitian terdahulu (*literature review*), kerangka pemikiran, hipotesis penelitian, dan ruang lingkup penelitian.

## **BAB III METODE PENELITIAN**

Pada bab ini berisikan tentang jenis penelitian, variable operasional, tahapan penelitian, populasi dan sampel, pengumpulan data, uji validitas dan reabilitas, serta teknik analisis data.

## **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini berisikan tentang karakteristik responden, hasil penelitian, dan pembahasan hasil penelitian.

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini berisikan tentang kesimpulan hasil analisis serta saran yang dapat diimplementasikan oleh perusahaan selaku objek penelitian