

BAB I

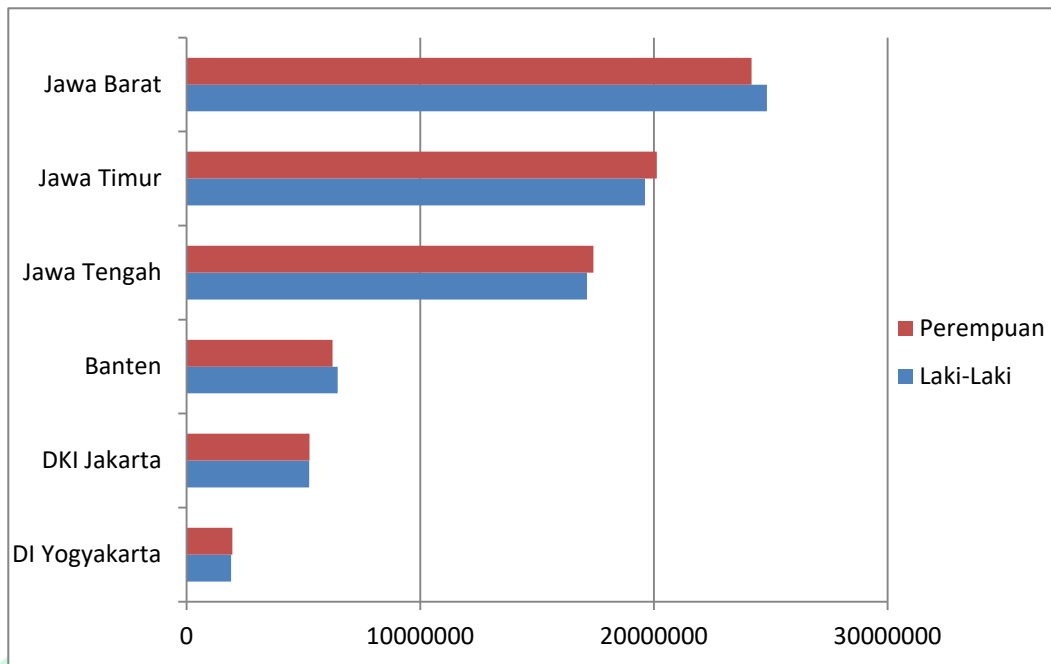
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Seiring dengan perkembangan zaman pada era globalisasi saat ini, tentunya kemajuan pendidikan dan perekonomian yang makmur mengakibatkan perubahan sosial budaya masyarakat. Disertai ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin canggih, maka mampu memudahkan segala aktivitas manusia melalui kelengkapan sarana prasarana yang telah disediakan. Terutama sarana publik/umum yang mampu dirasakan langsung oleh masyarakat termasuk diantaranya sarana transportasi dan komunikasi yang semakin cepat dan praktis.

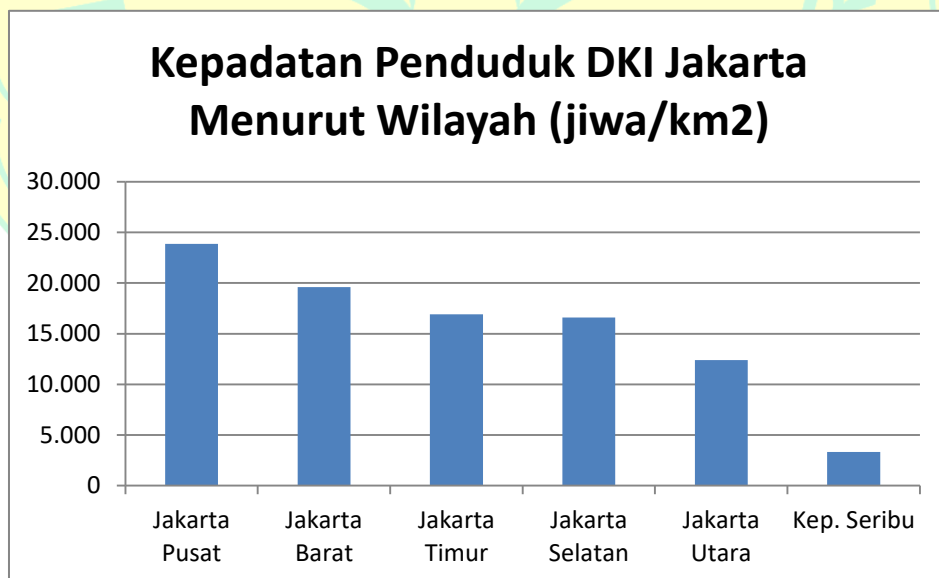
Di era modern seperti saat ini tentunya semakin hari manusia berlomba-lomba bersaing dengan kreatif dan inovatif dalam mengatasi kendala yang ada dalam masyarakat. Indonesia merupakan negara padat penduduk dengan posisi keempat di dunia dengan total populasi sekitar 269 juta jiwa penduduk Indonesia atau 3,49% dari total populasi dunia (Jayani, 2019). Kepadatan penduduk yang terjadi di Indonesia saat ini sangatlah memengaruhi tatanan kehidupan masyarakat, baik dari segi permasalahan sosial ekonomi juga penurunan terhadap kesejahteraan hidup masyarakat.

Kemudian berdampak kepada terbatasnya ketersediaan lahan, dengan ketidakseimbangan fasilitas yang tersedia untuk masyarakat dan masih banyak akibat yang ditimbulkan dari pertumbuhan penduduk yang begitu cepat dalam masyarakat terutama di Indonesia. Dari pengamatan data Badan Pusat Statistik (BPS), menyatakan bahwa pulau Jawa merupakan pusat terbesar kepadatan penduduk Indonesia tercatat dengan 56,1% dari jumlah penduduk 270,2 juta jiwa dalam Sensus Penduduk (SP) tahun 2020. DKI Jakarta sebagai ibukota negara Indonesia merupakan perkotaan besar dengan kepadatan penduduk tertinggi yang saat ini mencapai 16.704 jiwa/km² (Akbar, 2020).



Gambar I.1 Data Statistik Jumlah Penduduk Di Pulau Jawa Tahun 2019

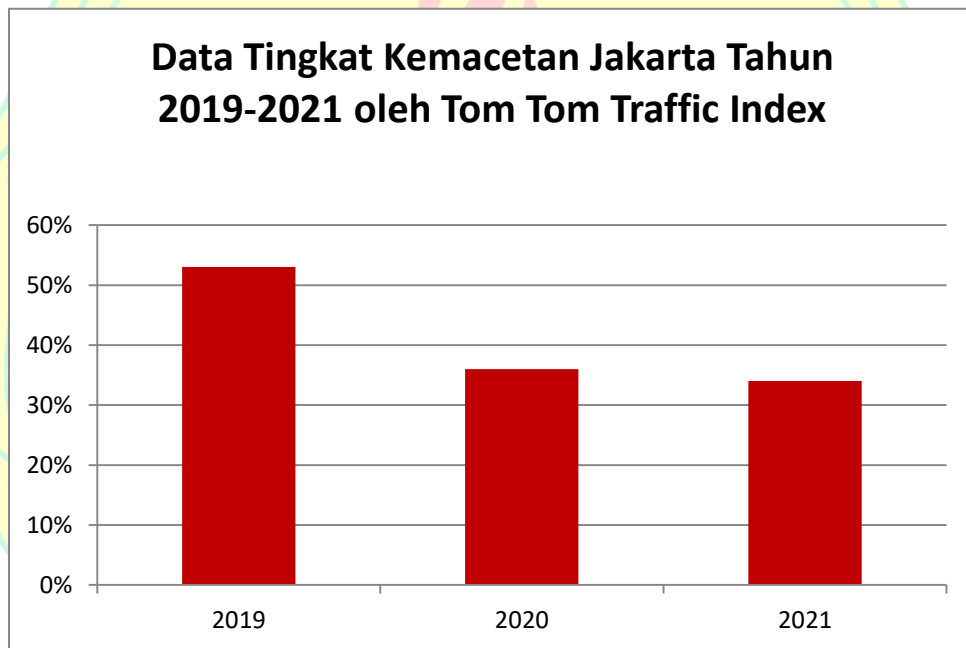
Sumber: Hadya (2019)



Gambar I.2 Data Statistik Kepadatan Penduduk DKI Jakarta Menurut Wilayah Tahun 2020

Sumber: Akbar (2020)

Dengan kepadatan penduduk yang ada di DKI Jakarta sebagai ibukota Indonesia saat ini, maka mengakibatkan terjadinya ketidakseimbangan tatanan masyarakat khususnya pada perkotaan besar seperti DKI Jakarta selain itu keterbatasan lahan penduduk mengakibatkan terbatasnya ruang gerak masyarakat dalam beraktivitas terutama dalam layanan transportasi masyarakat. DKI Jakarta merupakan perkotaan besar dengan tingkat kemacetan 10 besar di dunia pada tahun 2019 dari hasil survei Tom Tom Index sebagai lembaga yang berwenang memantau lalu lintas dari Inggris (Velarosdela, 2021).



Gambar I.3 Data tingkat kemacetan Jakarta tahun 2019-2021 oleh Tom Tom Traffic Index

Sumber: Velarosdela (2021)

Namun pada situasi Pandemic Covid-19 yang tak terduga di tahun 2020 lalu dan masih berlangsung sampai saat ini mengakibatkan beberapa provinsi di Indonesia melakukan pembatasan sosial skala besar (PSBB). Hal tersebut tentunya mempengaruhi grafik tingkat kemacetan DKI Jakarta menjadi turun drastis hingga keluar dari peringkat 10 besar kota

termacet di dunia, menurut Tom Tom Traffic Index keluar nya Jakarta dari 10 besar kota termacet di dunia, dan saat ini Jakarta berada di posisi ke 31 dari total 416 kota lainnya yang mengartikan bahwa tingkat kemacetan di Jakarta semakin berkurang (Velarosdela, 2021), khususnya selama masa pandemi Covid-19 tahun 2020 yang telah berlangsung selama setahun sampai tahun 2021 saat ini.



Gambar I.4 Data grafik tingkat kemacetan DKI Jakarta periode 2017-2020

Sumber: Velarosdela (2021)

Namun permasalahan kepadatan serta kemacetan di DKI Jakarta merupakan permasalahan yang harus diperhatikan dengan perencanaan dalam jangka waktu panjang sebab proses penanggulangannya tidaklah instan harus secara bertahap. Kepadatan penduduk DKI Jakarta sebagai ibukota negara Indonesia saat ini tentunya menyebabkan banyak

permasalahan dalam masyarakat termasuk diantaranya lonjakan konsumen kendaraan pribadi dimasyarakat yang berdampak pada tingkat kemacetan yang melonjak di DKI Jakarta. Jakarta sebagai kota metropolitan dengan tingkat pertumbuhan ekonomi yang pesat menjadikan DKI Jakarta sebagai tujuan migrasi utama penduduk. Perpindahan penduduk dari desa ke kota yang terpusat di Jakarta menyebabkan DKI Jakarta sebagai kota tersibuk dan padat akan aktivitas di negara Indonesia.

Dalam beraktivitas masyarakat tentunya membutuhkan sarana serta prasarana yang cepat dan praktis sehingga mampu mendukung aktivitas sehari-hari masyarakat menjadi lebih efisien, maka oleh sebab itu peran pemerintah saat ini sangatlah penting dalam mendukung program layanan transportasi umum pada masyarakat guna meminimalisir tingkat kemacetan di kota metropolitan DKI Jakarta, sehingga sekaligus mampu membangun pertumbuhan perekonomian negara dengan baik, dikarenakan tingkat aktivitas ekonomi suatu kota dapat terlihat dari tingkat kemudahan perjalanan atau mobilitas masyarakatnya.

Telah banyak beberapa langkah yang diambil pemerintah dalam mengatasi masalah kemacetan yang terjadi di Jakarta diantaranya penerapan layanan transportasi Busway Transjakarta serta penerapan jalur *three in one* di beberapa kawasan tertentu, akan tetapi hal tersebut belum membuat kemacetan di Jakarta berkurang drastis masyarakat masih jarang serta enggan beralih menggunakan layanan transportasi umum justru lebih memilih menggunakan kendaraan pribadi terutama kendaraan bermotor yang menurut masyarakat lebih praktis dan menghemat waktu jarak tempuh dibandingkan menggunakan transportasi umum atau kendaraan roda empat yang akan lebih menghabiskan banyak waktu sehingga tidak efisien. Selain persepsi masyarakat yang enggan beralih menggunakan layanan transportasi umum akibat kurang efektif dan efisien waktu, fasilitas layanan transportasi yang kurang memadai juga menjadi penyebab utama masyarakat lebih memilih menggunakan kendaraan pribadi nya masing-masing, kondisi infrastruktur jalanan yang tak sebanding dengan

lahan yang ada terhadap pertumbuhan kendaraan yang terus meningkat mengakibatkan kesenjangan yang berdampak kepada kemacetan seperti yang dapat kita rasakan sampai saat ini.

Maka dari itu pemerintahan Republik Indonesia bersama dengan pemerintah DKI Jakarta bersama memberikan solusi dalam mengatasi problematika kemacetan yang terjadi di ibu kota Indonesia dengan melakukan proses pembangunan moda transportasi yang telah berjalan sejak tahun 2013 yaitu proyek MRT (*Mass Rapid Transit*) Jakarta, yang mulai dioperasikan pada 24 Maret 2019 (Primadi, 2020).

Rencana pembangunan MRT (*Mass Rapid Transit* / Moda Raya Terpadu) sebenarnya telah mulai dirintis sejak tahun 1985, hanya saja belum ditetapkan sebagai proyek nasional, sehingga pada akhirnya pemerintahan Republik Indonesia menyatakan proyek MRT sebagai proyek nasional tepat pada tahun 2005. Dalam proyek MRT (*Mass Rapid Transit*) Jakarta ini pemerintahan Jepang ikut berkontribusi dalam pemberian pinjaman dalam dana pembangunan Proyek MRT, penandatanganan persetujuan pembiayaan proyek MRT Jakarta oleh gubernur *Japan Bank for International Cooperation* (JBIC) Kyosuke Shinozawa serta duta besar Indonesia untuk Jepang yaitu Yusuf Anwar dilaksanakan pada 28 November 2006 (William, 2019).

PT. *Mass Rapid Transit* (MRT) Jakarta berdiri sejak 17 Juni 2008, JBIC melakukan merger perusahaan dengan *Japan International Cooperation Agency* (JICA) dengan JICA selaku tim penilai dari JBIC selaku pemberi pinjaman, proses pengembangan konstruksi proyek MRT Jakarta dimulai Oktober 2013 dan berhasil melakukan pengoperasian fase I pada tahun 2019 (William, 2019). Tujuan utama dari pembangunan *Mass Rapid Transit* (MRT) Jakarta tentunya untuk meminimalisir tingkat kemacetan yang terjadi di kota DKI Jakarta sebagai ibu kota Indonesia, pembangunan moda transportasi MRT tidak hanya semata-mata guna penanganan sementara dalam mengatasi tingkat kemacetan yang ada akan

tetapi merupakan bagian dari sistem transportasi massal yang dampaknya berkelanjutan pada masa datang di DKI Jakarta.

MRT (*Mass Rapid Transit*) Jakarta merupakan layanan transportasi berteknologi tinggi disertai kecanggihan yang telah teruji, teknologi yang canggih tentunya dapat mendukung layanan transportasi umum masyarakat menjadi lebih mudah, praktis serta cepat. Sehingga mobilitas/perjalanan masyarakat dalam melakukan aktivitas menjadi lebih efektif dan efisien. MRT sebagai sarana transportasi publik perkotaan memiliki tiga kriteria utama diantaranya, *Mass* (daya angkut besar), *Rapid* (waktu tempuh cepat dengan frekuensi tinggi), dan *Transit* (berhenti di beberapa stasiun pemberhentian). Dengan kata lain MRT merupakan layanan transportasi umum untuk mempermudah masyarakat dalam melakukan aktivitas dengan kualitas pelayanan yang memadai, yang mampu mengangkut daya tampung berkapasitas banyak serta berkecepatan tinggi dengan ketepatan waktu 99,8% termasuk waktu tempuh kedatangan dan keberangkatan. Kelebihan yang dimiliki oleh MRT sebagai moda transportasi selain dapat mengatasi permasalahan kemacetan ibukota serta mengatasi permasalahan pencemaran lingkungan /polusi udara, tentunya juga penghematan pemakaian bahan bakar minyak bumi (BBM), dikarenakan MRT telah memiliki analisis mengenai Dampak Lingkungan (AMDAL), sehingga layanan transportasi yang digunakan tentunya aman dan ramah lingkungan.

Namun masih banyak beberapa kendala yang dirasakan oleh konsumen pengguna layanan transportasi umum MRT Jakarta, terdapat keluhan serta kekecewaan atas harapan konsumen yang tidak sesuai ekspektasi. Menurut (Yulita dan Wijaya, 2020) kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja/hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya, dimana kualitas pelayanan MRT yang tersedia saat ini masih kurang maksimal seperti pemeriksaan barang bawaan oleh petugas yang menyebabkan antrian panjang juga antrian *ticketing* MRT yang bermasalah menyebabkan

terhambatnya aktivitas konsumen layanan MRT selain itu masih minim nya penandaan di stasiun dan kabin kereta, serta keterlambatan kereta yang tidak sesuai dengan jadwal (Gunawan dan Damayanti, 2021). Pada tahun 2019 ketika MRT Jakarta beroperasi pertama kali di Jakarta konsumen MRT Jakarta kecewa terhadap kualitas pelayanan (*service quality*) yang diberikan. Antrian tiket yang padat menyebabkan konsumen MRT Jakarta menunggu antrian cukup lama, mesin tiket otomatis saat itu belum bisa digunakan sehingga konsumen MRT Jakarta terpaksa mengantre membeli tiket di loket manual, selain itu konsumen MRT Jakarta belum bisa menggunakan kartu MRT Jakarta Jelajah *Multi Trip* karena belum bisa diperjualbelikan masih dalam tahap perizinan, konsumen hanya dapat menggunakan kartu Jakarta Jelajah *Single Trip* di loket manual yang ada di stasiun MRT Jakarta. Konsumen MRT Jakarta bernama Merry mengeluhkan mengenai kualitas pelayanan MRT Jakarta yang belum siap, serta kurangnya penyampaian informasi kepada masyarakat, yang menyebabkan masyarakat yang sudah mengantri tetapi belum tentu bisa membeli kartu MRT Multi Trip (Makki, 2019).

Layanan transportasi umum yang disediakan MRT (*Mass Rapid Transit*) Jakarta, merupakan sarana prasarana yang masih asing terdengar dalam masyarakat, dan masih baru untuk diketahui setiap detailnya, selain pentingnya kualitas pelayanan yang memadai dalam fasilitas jasa yang diberikan MRT, tentunya terdapat harga yang sesuai atas pelayanan yang diberikan, harga (*price*) yang ditetapkan merupakan suatu strategi pemasaran (*marketing*) yang diberikan suatu layanan produk maupun jasa termasuk pada layanan jasa transportasi umum MRT (*Mass Rapid Transit*, harga (*price*) merupakan sejumlah nilai yang diberikan oleh *customer*/konsumen untuk pertukaran atas sejumlah manfaat, serta pelayanan yang dirasakan konsumen khususnya pada program layanan MRT, terdapat beberapa indikator yang mencirikan suatu harga dalam penelitian (Harahap dan Hidayat, 2018) yaitu harga yang sesuai dengan

manfaat, persepsi harga dan manfaat, harga terjangkau, persaingan harga, kesesuaian harga dengan kualitas.

Menurut (William, 2019) penetapan tarif MRT memiliki rentang harga mulai Rp.4000 – Rp.14.000 yang masih terjangkau untuk semua kalangan, terdapat beberapa metode dalam pembayaran diantaranya; *Single Trip Ticket*, *Multi Trip Ticket*, Kartu Jaklingko, Kartu elektronik bank, serta Aplikasi MRT Jakarta. Masih terdapat kendala pada sistem pembayaran konsumen MRT Jakarta diantaranya mesin tiket otomatis bermasalah, tidak menerima kartu terbitan lama, top up kartu tertentu yang bekerja sama dengan MRT Jakarta sering menjadi permasalahan terhambatnya konsumen MRT beraktivitas sehingga terjadi antrian pada loket (Lova, 2019).

MRT Jakarta merupakan layanan transportasi umum bertenaga listrik yang ramah lingkungan serta hemat bahan bakar minyak bumi (BBM), keunggulan yang dimiliki MRT Jakarta tentunya memiliki kendala tersendiri yakni terdapatnya gangguan listrik sehingga terjadinya pemberhentian aktivitas perjalanan MRT Jakarta saat jam operasional, hal tersebut tentunya menghambat aktivitas konsumen MRT, dan membuat ketidaknyamanan konsumen MRT, hal tersebut tentunya teringat dibenak konsumen dan menyebabkan citra merek (*brand image*) pada konsumen MRT mengalami penurunan selain aktivitas konsumen terhambat, konsumen MRT juga merasakan ketidaknyamanan terhadap keselamatan serta layanan yang tersedia (Gayati, 2021).

Tingkat kualitas pelayanan yang memadai dengan harga (*price*) yang sesuai tentunya mampu mengembangkan citra merek (*brand image*) suatu layanan termasuk layanan jasa transportasi umum MRT (*Mass Rapid Transit*) Jakarta. Menurut (Kotler dan Keller, 2018) *brand image*/citra merek sebagai persepsi mengenai suatu kesan terhadap merek sebagaimana menggambarkan asosiasi merek yang ada didalam benak konsumen.

Saat ini banyak penelitian terdahulu yang mengkaji kaitan antara kualitas layanan, harga, dan citra merek terhadap loyalitas dan kepuasan konsumen yang digunakan untuk pengembangan model penelitian. Objek yang biasa digunakan dalam penelitian variabel tersebut adalah berupa layanan jasa (Subaebasni 2019, Montolalu 2013 dan Lie 2019) walaupun penelitian mengenai loyalitas serta kepuasan konsumen mengenai layanan jasa sudah dilakukan tetapi belum banyak penelitian yang mengintegrasikan kualitas layanan, harga, citra merek sebagai prediktor tingkat kesetiaan dan kepuasan konsumen dalam menggunakan fasilitas layanan MRT (*Mass Rapid Transit*) Jakarta khususnya sebagai layanan transportasi umum baru di ibukota Indonesia saat ini. Oleh karena itu peneliti mencoba untuk menentukan variabel bebas dan terikat terhadap loyalitas konsumen MRT Jakarta sebagai acuan meneliti masalah yang menajadi acuan konsumen.

1.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dibahas sebelumnya, maka penulis dapat merumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen MRT Jakarta?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen MRT Jakarta?
3. Apakah citra merek berpengaruh terhadap kepuasan konsumen MRT Jakarta?
4. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen MRT Jakarta?
5. Apakah harga berpengaruh terhadap loyalitas konsumen MRT Jakarta?
6. Apakah citra merek berpengaruh terhadap loyalitas konsumen MRT Jakarta?
7. Apakah kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas konsumen MRT Jakarta?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan latar belakang masalah dan pertanyaan penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, penelitian ini mempunyai tujuan, tujuan yang ingin dicapai melalui penelitian ini antara lain:

1. Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen MRT Jakarta?
2. Untuk menguji pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen MRT Jakarta?
3. Untuk menguji pengaruh citra merek terhadap kepuasan konsumen MRT Jakarta?
4. Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen MRT Jakarta?
5. Untuk menguji pengaruh harga terhadap loyalitas konsumen MRT Jakarta?
6. Untuk menguji pengaruh citra merek terhadap loyalitas konsumen MRT Jakarta?
7. Untuk menguji pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen MRT Jakarta?

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat diantaranya:

1. Secara teoritis penelitian ini diharapkan sebagai pendukung riset-riset sebelumnya seperti (Subaebasni 2019, Montolalu 2013 dan Lie 2019) dimana mungkin sedikit baru pada layanan jasa khususnya perkeretaapian di negara berkembang menggunakan layanan MRT Jakarta yang masih tergolong baru, sebagai perbandingan mengenai pembuktian faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen pada layanan transportasi umum *Mass Rapid Transit* (MRT) Jakarta.
2. Secara praktis penelitian ini juga berguna untuk sarana pengembangan dan acuan bagi penyedia layanan jasa industri sejenis khususnya layanan transportasi umum *Mass Rapid Transit* (MRT) Jakarta, dalam memperhatikan peningkatan kepuasan konsumen, kualitas pelayanan, harga, citra merek yang digunakan. Sehingga mampu merencanakan strategi-strategi pemasaran yang tepat sasaran dan mampu meningkatkan loyalitas serta kepuasan *customer/konsumen* layanan transportasi umum *Mass Rapid Transit* (MRT) Jakarta.