

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Transportasi adalah proses pemindahan manusia, hewan ataupun barang dari tempat asal ke tempat tujuannya dengan memakai suatu alat yang dapat digerakan oleh makhluk hidup atau mesin. Transportasi berfungsi sebagai sarana pemenuh kebutuhan manusia untuk memindahkan penumpang atau barang ke tempat lain yang dituju. Transportasi sangat erat kaitannya dengan kehidupan manusia, khususnya di era globalisasi yang mana manusia cenderung melakukan perpindahan atau pengiriman barang dari satu tempat ke tempat yang lain.

Transportasi secara umum juga dapat menjadi pendorong kemakmuran dengan adanya transaksi yang terjadi saat menyediakan jasa angkutan. Dilihat dari jalur yang digunakan, transportasi dibagi menjadi tiga, yaitu transportasi darat, transportasi laut, dan transportasi udara.

Transportasi darat merupakan moda transportasi yang paling dominan di Indonesia dibandingkan transportasi lainnya seperti transportasi udara dan transportasi laut. Hal ini ditunjukkan dari data OD Nasional 2001 yang menggambarkan bahwa $\pm 95\%$ perjalanan penumpang dan barang menggunakan moda transportasi darat. Besarnya persentase tersebut merefleksikan tingginya ketergantungan penduduk Indonesia terhadap moda transportasi ini.¹ Karena

¹ Direktorat Jendral Perhubungan Darat, "Masterplan Transportasi Darat", 2005

itulah transportasi darat sangat diperlukan oleh suatu daerah atau negara guna memperlancar mobilisasi dan komunikasi serta teknologi informasi.

Jakarta sebagai kota yang sibuk dan padat penduduk sangat membutuhkan transportasi yang dapat diandalkan untuk berkegiatan sehari-hari. Akibat padatnya penduduk Jakarta, kemacetan pun tidak dapat dihindari. Banyaknya kemacetan di berbagai lokasi di jalanan Jakarta membuat sebagian pengguna kendaraan pribadi malas membawa mobil/motor mereka. Pertimbangan melewati macet di saat berangkat dan pulang kerja tentunya akan melelahkan jika membawa kendaraan sendiri, belum lagi stress yang dapat ditimbulkan setelahnya.

Sayangnya, fasilitas transportasi umum yang ditawarkan pemerintah yang ada saat ini masih belum cukup baik. Transportasi umum yang ada saat ini masih dinilai kurang memuaskan khususnya soal keamanan, pelayanan dan kenyamanan saat menggunakannya.

Transportasi umum yang ada sekarang ini seperti bis, kereta, angkot, dan taksi merupakan pilihan yang tersedia jika memilih tidak menggunakan kendaraan pribadi. Di antara pilihan itu semua, tentu setiap orang memiliki pilihannya masing-masing sesuai dengan kebutuhan, dan untuk angkutan yang menawarkan kenyamanan paling tinggi adalah angkutan taksi.

Taksi adalah pilihan yang lebih nyaman karena tidak perlu berdesakkan dengan orang lain, bebas panas ataupun hujan, serta tidak perlu berganti angkutan lain untuk sampai ke tempat tujuan yang tidak bisa dijangkau kendaraan umum lainnya. Taksi juga menjadi pilihan karena tidak membuang

waktu seperti kendaraan umum lainnya, taksi tidak “ngetem” untuk menunggu penumpang lain, juga tidak perlu ke lokasi khusus (seperti halte/stasiun) untuk didapatkan. Taksi merupakan pilihan yang eksklusif, karena itu pula dinilai lebih aman dari kendaraan umum lainnya. Kita dapat mencatat nomor kode taksi dan melihat identitas supirnya secara jelas di kartu pengenalan yang tertera pada *dashboard* di kursi penumpang depan.

Seiring dengan dinamika perkembangan jaman dan meningkatnya aktivitas masyarakat yang menginginkan kecepatan dan kenyamanan untuk sampai tujuan, maka jasa angkutan taksi menjadi salah satu alternatif yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat modern karena mereka membutuhkan efisiensi waktu dalam mencapai tujuan.

Banyaknya jumlah perusahaan taksi konvensional dan ribuan armada yang beroperasi di Jakarta secara langsung menciptakan persaingan yang cukup ketat, belum lagi ditambah dengan menghadapi persaingan dengan hadirnya taksi berbasis aplikasi seperti GrabCar, GrabTaxi, Go-Car, dan Uber X. Angka total taksi konvensional sendiri mengalami penurunan jumlah armada di Jakarta, yakni 27.239 kendaraan pada 2013 menjadi 27.079 kendaraan pada 2014, yang berarti mengalami penurunan sebesar 0.59% pada 2014.²

Menurut data dari Dinas Perhubungan dan Transportasi DKI Jakarta³, jumlah perusahaan taksi di Indonesia yang memiliki izin usaha per 11 Juni 2015

² BPS Provinsi DKI Jakarta, “Statistik Transportasi DKI Jakarta 2015”, 2015, p. 20

³ Dinas Perhubungan, “Data Taksi Reguler dan Taksi Eksekutif DKI Jakarta”, Dinas Perhubungan dan Transportasi, 2015

berjumlah 34 perusahaan dengan total 27.079 armada, yaitu 31 perusahaan berstatus taksi reguler, 3 perusahaan berstatus taksi eksekutif.

Pesatnya persaingan industri jasa angkutan di Indonesia bukan hanya disebabkan oleh globalisasi, tetapi lebih disebabkan karena pelanggan yang semakin cerdas, sadar harga, dan banyak menuntut. Kemajuan teknologi komunikasi juga ikut berperan meningkatkan intensitas persaingan, karena memberi pelanggan akses informasi yang lebih banyak tentang berbagai macam produk yang ditawarkan. Kondisi tersebut menyebabkan pelanggan memiliki pilihan yang lebih banyak dalam menggunakan uang yang dimilikinya.

Persaingan ketat ini membuat para pelaku bisnis industri taksi harus menemukan berbagai kemungkinan untuk mengalahkan para pesaingnya, di antaranya adalah dengan meningkatkan pelayanan dan menyesuaikan tarif dengan kondisi pasar. Ketua Organda DKI sudah menjelaskan arahan pemerintah untuk menggunakan tarif baru yang telah disesuaikan dengan kondisi pasar saat ini. Selain tarif bus kecil dan bus kota, Organda DKI Jakarta juga menurunkan tarif batas bawah taksi, dari Rp 7.500 jadi Rp 6.500. Sedangkan untuk hitungan rupiah per kilometer, turun dari Rp 4.000 jadi 3.500. "*Waiting time* taksi juga turun, dari Rp 48.000 jadi Rp 42.000. Jadi turunnya 13%," ujar Shafruhan.⁴

Dari 34 perusahaan taksi yang beraktivitas di Jakarta, taksi Express merupakan salah satu merek yang paling terkenal. Dari total 27.079 armada taksi

⁴ Kontan.com, "Hore, tarif bus dan taksi di Jakarta turun", <http://regional.kontan.co.id/news/hore-tarif-bus-dan-taksi-di-jakarta-turun> (Diakses 13 Juni 2016)

di Jakarta, sebanyak 2500 armada milik PT Express Transindo Utama, yakni perusahaan dari taksi Express.

PT Express Transindo Utama tergabung dalam Express Group yang memberikan jasa pelayanan transportasi di Indonesia. Express Group berdiri pada April 1989 sebagai anak perusahaan Rajawali Corpora. Selain jasa taksi regular, Express Group juga menyediakan jasa taksi premium, *limousine*, serta bus untuk memenuhi berbagai keperluan pelanggan. Express Group saat ini telah melayani banyak wilayah seperti Jabodetabek, Medan, Padang, Surabaya, Semarang, Bandung, Bali, Lombok.

Untuk lini pelayanan Express Group dibagi menjadi berbagai produk, taksi Express di kelas taksi regular yang menggunakan tarif bawah, tiara Express untuk taksi premium, *limousine* Express untuk penyewaan mobil mewah, dan *eagle high-big bus* untuk penyewaan bis.

Keunggulan dalam memberikan tarif lebih murah dari kompetitor adalah strategi taksi Express dalam menjalankan bisnisnya. Hal tersebut yang selama ini dirasakan masyarakat sehingga banyak memilih taksi Express sebagai pilihan. Terbukti dengan konsistensi taksi Express menjadi “*TOP BRAND*” pada tahun 2014 dan 2015 *Top Brand Award* dalam kategori taksi.

Merek tersebut harus terpilih oleh konsumen melalui hasil survei dengan melihat tiga parameter yakni *top of mind share*, *top of market share* dan *top of commitment share*. Merek yang terpilih adalah merek yang memperoleh *Top*

Brand Index (TBI) minimum sebesar 10.0% dan menurut hasil survei berada dalam posisi *top three*.⁵

Tabel I.1

Top Brand Award Kategori Taksi (2013-2015)

2013			2014			2015		
Merek	TBI	TOP	Merek	TBI	TOP	Merek	TBI	TOP
Blue Bird	61,1%	TOP	Blue Bird	62,9%	TOP	Blue Bird	65,3%	TOP
Express	8,2%		Express	10,1%	TOP	Express	10,0%	TOP
Cipaganti	4,5%		Bosowa	5,9%		Bosowa	5,8%	
Bosowa	4,4%		Cipaganti	4,5%		Gemah Ripah	2,6%	
Taxiku	3,5%		Taxiku	2,5%		Cipaganti	2,2%	

Sumber: <http://goo.gl/rv475n>, <http://goo.gl/VghBvg>, <http://goo.gl/9BaUrW>

Pada tahun 2014 dan 2015 taksi Express berada di posisi kedua dan berhasil meraih penghargaan *Top Brand* Indonesia dalam kategori taksi. Taksi Express berada di posisi dua dengan nilai TBI 10,1% pada 2014 dan 10% pada 2015. Meskipun jauh dengan pesaingnya taksi Blue Bird yang selalu mendapat TBI di atas 60%, taksi Express tetap merupakan pesaing yang paling diperhitungkan dalam industri angkutan taksi.

Saat ini taksi Express sudah mengikuti peraturan baru yang ditentukan oleh organda, yaitu Rp 6.500 tarif buka pintu, Rp 3.500 per kilometer, dan Rp 42.000 tarif tunggu per jamnya. Penyesuaian kebijakan ini merupakan tanggapan pemerintah dari aksi mogok kerja dan demo para supir taksi di Jakarta 22 Maret 2016 lalu. Hal ini tidak menguntungkan pihak taksi Express karena kebijakan ini memaksa para kompetitor menyamai tarif mereka, sehingga tidak ada lagi perbedaan tarif pada taksi reguler. Ini juga menjadikan mereka harus berbenah

⁵ Top Brand Award, <http://www.topbrand-award.com/faq> (Diakses tanggal 13 Juni 2016)

diri untuk meningkatkan kualitasnya yang selama ini dipandang kurang baik mengingat tarif yang lebih murah.

Kotler dan Keller mengatakan bahwa banyak pelanggan menggunakan harga sebagai indikator dari kualitas. Citra dari harga yang ditimbulkan sangat efektif terhadap produk yang meningkatkan ego dari pelanggan seperti parfum dan mobil mewah.⁶

Hingga kuartal I/2016, emiten milik taipan Peter Sondakh bersandi saham TAXI itu membukukan penurunan pendapatan 14,81% menjadi Rp210,48 miliar. TAXI menderita rugi bersih Rp 9,85 miliar dari laba tahun lalu Rp 20,32 miliar.⁷

Tabel I.2

Laba (Rugi) Bersih Taksi Express 2014– 2016

Tahun	Laba (Rugi) Bersih dalam Miliar	Persentase Laba (Rugi) Bersih
2013	Rp132,423 M	-10,36%
2014	Rp118,710 M	
2015	Rp33,246 M	-72,83%
Q1/2016	(Rp9,85 M)	-151,5% (pada Q1/2015)

Sumber : Data Diolah Penulis

Masalah juga terdapat pada penurunan pendapatan. Pada 31 Maret 2016 (Q1/2016) tercatat pendapatan usaha sebesar Rp210,48 M. Data ini menunjukkan penurunan pendapatan yang cukup besar yaitu Rp247,10 M pada

⁶ Kotler & Keller, *Marketing Management* (United States : Pearson Education, Inc., 2016)., p. 488

⁷ Bisnis.com, “Taksi Online Menjamur, Express Group Tak Tambah Armada”, <http://market.bisnis.com/read/20160602/192/553845/taksi-online-menjamur-express-group-tak-tambah-armada> (Diakses 13 Juni 2016)

tahun lalu (Q1/2015).⁸ Sejak 2013 hingga 2015 taksi Express terus terjadi penurunan laba bersih meskipun mengalami kenaikan pendapatan. Kenaikan pendapatan ini salah satunya karena inflasi secara umum dan harga kian bertambah mahal. Penurunan laba kerap terjadi karena daya beli masyarakat tidak meningkat beriringan dengan kenaikan harga produk. Berkurangnya pendapatan dan meruginya taksi Express pada kuartal 1 2016 ini mengindikasikan bahwa pelanggan taksi Express mulai menurun dan ini menunjukkan berkurangnya loyalitas pelanggan terhadap taksi Express.

Tabel I.3

Jumlah Pendapatan Taksi Express 2013 – 2016

Tahun	Jumlah Pendapatan dalam miliar	Persentase Kenaikan Pendapatan
2013	Rp686,917 M	29,52%
2014	Rp889,723 M	
2015	Rp970,093 M	9,03%
Q1/2016	Rp210,48 M	-14,82% (pada Q1/2015)

Sumber : Data diolah penulis

Masalah penurunan loyalitas tersebut merupakan cerminan dari menurunnya kepuasan pelanggan taksi Express. Hal ini diperkuat oleh beberapa pelanggan yang menyatakan tidak ingin lagi menggunakan jasa taksi Express. Hal ini seperti yang dimuat dalam situs Kompas.com⁹ yang menyampaikan bahwa salah satu penumpang kecewa dengan taksi Express yang selama ini

⁸ IDX, "Laporan Keuangan Konsolidasian PT Express Transindo Utama Tbk" Q1/2016, p.3

⁹ Kompas.com, "Taksi Express Hianati Kepercayaan Pelanggan," <http://www.regional.kompas.com/taksi-express-hianati-kepercayaan-pelanggan> (Diakses 14 Juni 2016)

diagungkan olehnya. Hal ini dikarenakan penumpang tertidur dalam perjalanan dan dibawa keliling-keliling hingga argo yang ditagih sangat mahal, ditambah *handphone* penumpang yang tidak sengaja tertinggal dalam taksi tidak ditemukan dan aduan ke operator taksi Express tidak membuahkan hasil.

Kejadian serupa pun dialami oleh seorang ibu yang ingin ke bandara tetapi diturunkan di jalan karena mendadak supir tidak mau mengantar karena jalan yang macet. Setelah diturunkan dan ambil koper di bagasi, taksi langsung jalan sedangkan tas berisi laptop masih tertinggal di kursi penumpang. Kejadian ini dilaporkan ke *call center* Express, tetapi hingga keesokan harinya pun tidak ada laporan apapun dari pengemudi.¹⁰

Rupanya tidak hanya penumpang taksi yang dirugikan akibat kelalaian supir taksi Express. Kejadian ini dilaporkan oleh seorang pengendara yang mobilnya ditabrak oleh supir taksi Express saat si supir putar balik di lokasi yang dilarang, yang beralasan untuk memotong jalan. Korban memarahi supir dan meminta pertanggungjawaban dan karena taksi tersebut masih dalam keadaan memalangi arus lalu lintas, maka supir setuju untuk menyelesaikan masalah di pinggir jalan. Alih-alih meminggirkan kendaraan, taksi tersebut tancap gas lurus dan melarikan diri dan tidak berhasil terkejar.¹¹

¹⁰Kompas.com, "Pelayanan Taksi Express Mengecewakan", <http://www.megapolitan.kompas.com/detail/45129/Pelayanan.Taksi.Express.Mengecewakan> (Diakses pada 14 Juni 2016)

¹¹ Kompas.com, "6000 Sopir Taksi Express Terancam Diberhentikan", <http://www.megapolitan.kompas.com/detail/61993/6000.SOPIR.TAKSI.EXPRESS.TERANCAM.DIBERHENTIKAN> (Diakses 14 Juni 2016)

Beberapa penumpang mungkin sudah sangat kesal dan kecewa dengan pelayanan yang buruk sehingga tidak mau lagi berurusan dengan taksi Express. Hal ini diceritakan seorang pelanggan yang tersasar dengan supir karena tidak tahu jalan, padahal sudah ditanyakan di awal apakah tau atau tidak. Setelah berputar-putar di kawasan alam sutera dan kebingungan, akhirnya si supir baru mau mengaku kalau tersasar dan segera bertanya ke warga sekitar dan baru bisa kembali ke tujuan awal dengan argo yang sangat mahal. Ini adalah kali kedua pelanggan tersebut terlibat kejadian seperti ini dengan pihak taksi Express dan memutuskan tidak akan menggunakan jasa taksi Express lagi untuk seterusnya.¹²

Menurut Kotler dan Keller, kualitas produk, kepuasan pelanggan, dan profitabilitas perusahaan sangatlah terkait. Semakin tinggi kualitas maka semakin tinggi juga tingkat kepuasan pelanggan, yang akan mendukung harga jual yang lebih tinggi dan juga menekan biaya-biaya.¹³

Menurunnya loyalitas konsumen taksi Express tersebut diduga disebabkan oleh buruknya kualitas pelayanan. Selain loyalitas pelanggan yang menurun akibat buruknya kualitas pelayanan, dampak lain yang ditimbulkan adalah menurunnya kepuasan pelanggan yang juga berakibat fatal terhadap hilangnya loyalitas pelanggan. Faktor tarif yang dirasa tinggi juga mengurangi niat menggunakan ulang jasa yang disediakan, yang berarti turunnya loyalitas serta kepuasan pelanggan.

¹² Viva.co.id, "Kecewa Dengan Taksi Express", <http://www.viva.co.id/detail/4096/Kecewa-dengan-Taksi-Express> (Diakses 14 Juni 2016)

¹³ Kotler & Keller, *Op.cit.*, p.157

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut dan melihat berbagai uraian di atas, penulis melakukan penelitian yang berjudul: **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Tarif Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan Taksi Express di Jakarta.”**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan yang diberikan taksi Express belum maksimal dalam memberikan kepuasan pelanggan karena masih ada supir yang tidak tahu jalan, melanggar aturan lalu lintas, menolak menggunakan argo, menolak penumpang, menurunkan paksa penumpang, bahkan menipu penumpang dengan berlama-lama mengambil jalan yang lebih jauh.
2. Tarif taksi Express yang selama ini dikenal lebih murah tidak lagi menjadi senjata utama, hal ini menurunkan kepuasan pelanggan karena sekarang semua tarif seluruh taksi reguler di Jakarta telah disamakan oleh Organda, yang berakibat mengurangi loyalitas pelanggan.
3. Kebutuhan akan transportasi umum yang dapat diandalkan dan nyaman masih minim, ini menggambarkan kepuasan pelanggan yang masih rendah karena masih ada ekspektasi pelanggan yang belum terpenuhi.
4. Menurunnya loyalitas pelanggan dibuktikan dari laba bersih perusahaan yang kian menurun dari tahun ke tahun karena tidak mampu memberikan kepuasan yang diinginkan oleh pelanggan.

C. Pembatasan Masalah

Agar penelitian ini menjadi lebih fokus, maka penulis memberikan batasan masalah sebagai berikut :

- A. Penelitian ini hanya dibatasi pada studi tentang loyalitas pelanggan pada taksi Express dengan faktor-faktor yang mempengaruhinya yaitu kualitas pelayanan dan tarif sebagai variabel bebas serta kepuasan pelanggan taksi Express sebagai variabel mediasi.
- B. Ruang lingkup penelitian dibatasi pada pelanggan taksi Express di wilayah Jakarta pada khususnya pelanggan yang minimal lebih dari dua kali menggunakan pelayanan taksi Express dalam tiga bulan terakhir.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, identifikasi masalah dan pembatasan masalah di atas, peneliti memfokuskan permasalahan yang dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana deskripsi dari Kualitas Pelayanan (*Service Quality*), Tarif (*Fare*), Kepuasan Pelanggan (*Customer Satisfaction*) dan Loyalitas Pelanggan (*Customer Loyalty*) pada Taksi Express?
2. Apakah Kualitas Pelayanan (*Service Quality*) berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (*Customer Satisfaction*) pada Taksi Express?
3. Apakah Tarif (*Fare*) berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (*Customer Satisfaction*) pada Taksi Express?

4. Apakah Kepuasan Pelanggan (*Customer Satisfaction*) berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan (*Customer Loyalty*) pada Taksi Express?
5. Apakah Kualitas Pelayanan (*Service Quality*) berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan (*Customer Loyalty*) pada Taksi Express?
6. Apakah Tarif (*Fare*) berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan (*Customer Loyalty*) pada Taksi Express?

E. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi:

1. Penulis

Penelitian ini menjadi sarana bagi penulis untuk menambah wawasan di bidang Manajemen Pemasaran, khususnya mengenai hubungan antara kualitas pelayanan, tarif, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan.

2. Perusahaan Taksi Express

Hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan masukan untuk melakukan peningkatan loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan dengan menjadi perusahaan taksi yang dapat bersaing dalam kualitas pelayanan dan tarif dari para kompetitor.

3. Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan agar dapat berguna bagi peneliti selanjutnya sebagai referensi dan bahan pertimbangan serta pembanding dalam melakukan penelitian lain yang sejenis.