

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Transportasi merupakan sarana yang digunakan untuk mendukung kegiatan manusia dalam menjalankan aktivitasnya karena sangat berpengaruh terhadap kegiatan ekonomi seperti pengiriman barang dan jasa. Alat transportasi yang digunakan di Indonesia adalah alat transportasi darat, laut, dan udara. Transportasi darat adalah alat transportasi yang banyak digunakan di Indonesia karena relatif murah dibandingkan dengan alat transportasi lainnya. Perusahaan-perusahaan di Indonesia menawarkan berbagai alternatif-alternatif dalam penggunaan transportasi darat seperti kendaraan roda dua, roda empat dan jasa transportasi lainnya seperti Gojek dan Grab yang merupakan jasa transportasi *online* yang banyak diminati di Indonesia khususnya daerah Pontianak, Kalimantan Barat

Aplikasi Bujang Kurir merupakan salah satu alat transportasi darat asli Pontianak Kalimantan Barat yang menawarkan berbagai alternatif-alternatif penyedia jasa ojek secara online dengan bantuan aplikasi untuk mempermudah masyarakat dalam melakukan aktivitasnya seperti aktivitas antar makanan, barang, pemesanan tiket bioskop, layanan laundry dan lainnya. CV. Bujang Sejahtera berada di Jl.Alianyang Gang.Kurnia No.7B, Sungai Bangkong, Kec.Pontianak Kota, Kota Pontianak, Kalimantan Barat. Layanan pesan–antar pribadi (*Personal Delivery Order Service*) atau yang diberi nama Bujang Kurir berdiri pada tanggal 18 juni 2015. Alasan pendirian Bujang Kurir waktu awalnya karena ingin mempermudah masyarakat Muslim yang ingin berbuka puasa. Selain itu faktor lain juga melihat banyak rumah makan di Pontianak (terutama rumah makan lama) yang belum mempunyai layanan delivery order sendiri. Selain pesanan dari dalam Kota Pontianak, pesanan juga datang dari Jakarta, Bali, Bandung, Semarang, hingga Kuching (Malaysia) (Alhambra, 2016).

Semakin cepatnya perkembangan teknologi di Indonesia khususnya Pontianak membuat CV.Bujang Sejahtera memiliki banyak pesaing-pesaing diantaranya Gojek yang tentunya memiliki tarif yang lebih murah dibandingkan aplikasi jasa bujang kurir. Berikut ini perbandingan tarif antara aplikasi Bujang Kurir dan Gojek yaitu pada Tabel 1.1 sebagai berikut :

Tabel 1.1 Tarif Pembayaran Aplikasi Bujang Kurir dan Go-Jek

No	Perbandingan Tarif	Bujang Kurir	Go-Jek		
1	Jenis Pesanan	Semua Produk	<i>Go-Send</i>	<i>Go-Food</i>	
2	Jarak/km	1 km	1 km	0 - 5 km	> 5 km
3	Ongkos Kirim	Rp.15.000,00	Rp.2.313.000,00	Rp.2.000,00	Rp.2.000,00

Sumber: Data Hasil Wawancara, 2022

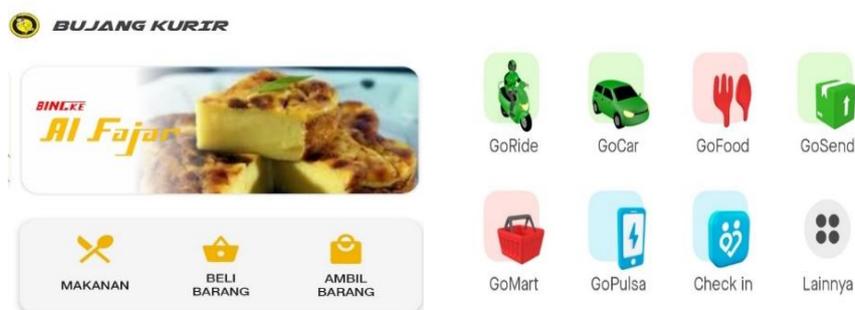
Berdasarkan Tabel 1.1 dapat dilihat perbandingan tarif pembayaran berdasarkan jarak/km khususnya di Pontianak, Kalimantan Barat. Aplikasi bujang kurir melakukan pengantaran produk terhadap suatu pesanan dengan tipe semua jenis produk dengan menetapkan tarif/harga sebesar Rp.15.000,00/km, sedangkan Gojek sebagai aplikasi *start-up* pesaing memiliki tarif yang lebih murah dibandingkan aplikasi Bujang Kurir, harga yang ditetapkan aplikasi Gojek berdasarkan masing-masing jarak pengiriman barang yaitu :

1. Berdasarkan jarak 1 kilometer pada fitur *Go-Send*, Gojek menetapkan harga sebesar Rp.2.323.000,00.
2. Berdasarkan jarak 0-5 kilometer pada fitur *Go-Food*, Gojek menetapkan harga sebesar Rp.2000,00.
3. Berdasarkan jarak > 5 kilometer pada fitur *Go-Send*, Gojek menetapkan harga sebesar Rp.2000,00 dan diberikan tarif tambahan sebesar Rp.2.313.00,00 setiap penambahan jarak 1 km.

Gojek merupakan aplikasi jasa ojek online dalam pengantaran makanan, dan jasa lainnya yang begitu cepat berkembang diseluruh provinsi di Indonesia salah satunya di Pontianak Kalimantan Barat. Perkembangan ini tentu sangat mempengaruhi *profit* atau keuntungan dari jasa bujang kurir yang berada di Pontianak. Permasalahan lain yang juga bisa mempengaruhi tingkat penjualan jasa aplikasi bujang kurir adanya perbandingan tarif dengan aplikasi jasa lainnya seperti Gojek seperti tingkat kepuasan konsumen pada aplikasi tersebut. Berdasarkan pendapat-pendapat masyarakat pontianak atau pengguna lainnya dari aplikasi Bujang

Kurir bahwa pelanggan banyak mengalami kekecewaan dari segi harga yang tidak sesuai, ongkos kirim yang terlalu mahal, dan barang yang dipesan tidak sesuai, sehingga aplikasi bujang kurir membutuhkan strategi bersaing dalam dalam suatu unit bismis untuk meningkatkan penjualan dalam bersaing. Beberapa penelitian terdahulu telah melakukan penelitian yang membahas tentang Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Strategi Kepuasan Pelanggan sebagai objek penelitiannya diantaranya Rosadi dan Gemina (2018), melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Strategi Kepuasan Pelanggan Pada Niki Sae *Building* Bogor”. Hasil penelitiannya adalah Bauran pemasaran jasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Niki Sae *Building* Bogor. Pengujian secara parsial menunjukkan bahwa produk, harga, orang, proses, dan bukti fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan sekaligus menjadi faktor pendukung. Sedangkan faktor pendukung lain seperti lokasi, promosi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Niki Sae *Building* Bogor dan menjadi faktor penghambat.

Ada beberapa fitur pada aplikasi Bujang Kurir yang akan di bandingkan dengan aplikasi Gojek sebagai competitor. Adapun fitur-fitur penjualan pada jasa tersebut antara lain fitur penjualan makanan, beli barang dan, ambil barang. Sedangkan Gojek memiliki fitur-fitur jasa penjualan yang lebih bsnyk di bandingkan dengan aplikasi Bujang Kurir seperti *GoRide*, *GoCar*, *GoFood*, *GoSend*, *GoSend*, *GoPulsa*, *Check in* dan lainnya. Namun pada penelitian ini, peneliti akan melakukan perbandingan pada aplikasi Gojek yang memiliki fitur-fitur yang sama dengan apliakasi Bujang Kurir seperti penjualan makanan, beli barang, ambil barang seperti pada Gambar 1.1 yaitu sebagai berikut :



Gambar 1.1 Fitur Bujang Kurir dan Go-Jek

Kurniawan (2019) melakukan penelitian dengan judul “Analisis Citra Merek, Harga, Pelayanan, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Di Kota Palembang (Studi Kasus Konsumen Grab)”. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa Secara parsial dari hasil pengujian hipotesis dinyatakan bahwa variabel X_1 (merek) tidak berpengaruh secara signifikan dalam perkembangannya karena berada pada posisi terakhir dalam urutannya, X_2 (harga) berkaitan dengan harga yang secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen Grab, variabel harga berada pada urutan ketiga, X_3 (Pelayanan) memiliki angka signifikan tertinggi dalam pengaruhnya baik secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan konsumen, X_4 (promosi) yang merupakan kekuatan utama Grab dalam memperkenalkan produk-produk terbaru. Berdasarkan pengujian hipotesis secara simultan, variabel promosi berada diposisi kedua. Pengujian secara simultan citra Merek (X_1) memiliki pengaruh yang cukup signifikan bersamaan dengan variabel Harga (X_2), pelayanan (X_3), promosi (X_4) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y).

Farida, dkk (2016) melakukan penelitian yang berjudul “Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran 7P Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Gojek *Online*”. Hasil penelitiannya yaitu membuktikan bahwa secara simultan marketing mix 7P meliputi (*product, price, place, promotion, people, proses dan physical evidence*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan penumpang Gojek Indonesia. Pengujian secara parsial hanya produk yang terbukti signifikan mempengaruhi kepuasan konsumen.

Herdiansyah, dkk (2018) melakukan penelitian yang berjudul “Pengembangan Model Kualitas Layanan Transportasi *Online* di Indonesia”. Hasil penelitiannya membuktikan bahwa dimensi-dimensi kualitas pelayanan seperti fisik/kewujudan, keamanan, kenyamanan, kecepatan, ketepatan, keramahan merupakan layanan yang harus disediakan oleh penyedia layanan (*provider*) sebagai alat bersaing sesama penyedia layanan jasa transportasi *online*.

Anggriana, dkk (2017) melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Ojek *Online* “OM-JEK” Jember”. Hasil penelitiannya bahwa Harga (X_1), Promosi (X_2), dan Kualitas

Layanan (X_3), berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) di Ojek *Online* “Om-Jek” Jember. Jika harga, promosi, kualitas layanan yang ditawarkan pengguna Ojek *Online* sesuai dengan pelayanan yang diterima, maka akan mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah belum adanya upaya untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran terhadap tingkat kepuasan konsumen di Pontianak dengan menggunakan Metode pengolahan data dalam mengetahui pengaruh bauran pemasaran terhadap kepuasan konsumen menggunakan Metode Regresi Linier Berganda. Penelitian ini dilakukan di Jl. Aliyung Gang. Kurnia No. 7B, Sungai Bangkong, Kec. Pontianak Kota, Kota Pontianak, Kalimantan Barat. Objek penelitiannya adalah Aplikasi Bujang Kurir dan subjek penelitiannya adalah responden dari pengguna atau orang yang pernah menggunakan aplikasi tersebut.

1.2 Perumusan Masalah

Rumusan masalah bertujuan untuk memfokuskan penelitian dan mendapatkan hasil penelitian yang lebih rinci. Adapun perumusan masalah dalam penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana pengaruh produk, harga, lokasi, promosi, orang, proses, bukti fisik terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan aplikasi Bujang Kurir saat membeli suatu produk dan penggunaan jasa?
2. Bagaimana merumuskan usulan strategi untuk meningkatkan penjualan dan jasa pada aplikasi Bujang Kurir di CV. Bujang Sejahtera?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah untuk menjawab perumusahan masalah yang akan diteliti. Adapun tujuan penelitian dalam penelitian ini yaitu :

1. Memperoleh hasil identifikasi pengaruh produk, harga, lokasi, promosi, orang, proses, bukti fisik terhadap kepuasan pelanggan.
2. Menghasilkan usulan strategi untuk meningkatkan penjualan produk dan jasa pada aplikasi Bujang Kurir.

1.4 Pembatasan Masalah dan Asumsi Penelitian

1.4.1 Batasan Masalah

Pembatasan masalah bertujuan untuk membatasi masalah yang di ambil agar terfokus dan tidak menyimpang dari pokok bahasan. Masalah yang di batasi dalam penelitian ini antara lain :

1. Penelitian dilakukan pada aplikasi Bujang Kurir di Pontianak
2. Peneliti menggunakan data penjualan perusahaan tahun 2016-2019
3. Peneliti menggunakan Gojek sebagai aplikasi *start-up* pesaing

1.4.2 Asumsi Penelitian

Asumsi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kuesioner tersusun dengan menggunakan bahasa yang mudah dimengerti sehingga responden bisa menjawab dengan mudah dan benar.
2. Responden mengisi kuesioner dengan pemahaman sendiri tanpa dipengaruhi dari pihak lain.

1.5 Sistematika Penulisan

Agar penulisan proposal ini menjadi sistematis, maka penulisan di bagi menjadi beberapa bab sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang yang berkaitan dengan suatu masalah yang berkaitan dengan tarif pembayaran pada aplikasi Bujang Kurir dan aplikasi Gojek sebagai pesaing, perumusan masalah, tujuan penelitian, pembatasan masalah dan asumsi penelitian, dan sistematika penulisan proposal.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi teori-teori dan metode yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan. Adapun teori-teori yang terdapat dalam bab ini adalah berkaitan dengan definisi belanja *online*, perilaku konsumen, bauran pemasaran, uji asumsi klasik seperti uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heterokedastisitas, uji autokorelasi, uji determinasi, penelitian terdahulu dan posisi penelitian serta metode yang digunakan seperti regresi linier

berganda, *Boston Consulting Group* dan kuadran-kuadran yang berkaitan dengan matriks *Boston Consulting Group*.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang objek penelitian dan langkah-langkah dalam penelitian yang di jelaskan melalui diagram alir penelitian seperti studi lapangan dan identifikasi masalah, studi literatur, tujuan penelitian, perumusan masalah, identifikasi variabel, pembuatan kuesioner, penentuan jumlah sampel, pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner secara *online*, uji validitas, uji reliabilitas, pengujian dengan menggunakan uji asumsi klasik, regresi linier berganda, matrik *boston consulting group*, analisa hasil, hingga penarikan kesimpulan dan saran dari hasil analisa hasil.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Bab ini menyajikan hasil pengumpulan data berupa data kuesioner pada responden pengguna aplikasi Bujang Kurir, setelah itu melakukan pengolahan data menggunakan metode regresi linier berganda yang berfungsi sebagai alat untuk mengetahui pengaruh hubungan antara variabel X dan Y dan menentukan posisi kuadran masing-masing perusahaan berdasarkan perhitungan pertumbuhan pasar dan pangsa pasar relatif berdasarkan metode *boston consulting group*.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan kesimpulan, usulan strategi dan saran yang merupakan bagian akhir penyusunan dari penelitian ini. Kesimpulan membahas tentang hasil dari tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini beserta usulan strategi yang berguna untuk memecahkan suatu permasalahan dalam penelitian. Sedangkan saran berisikan usulan dan rekomendasi untuk peneliti selanjutnya.