

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Perkembangan bisnis pada saat ini semakin pesat. Dalam bisnis di sebuah perusahaan pasti membutuhkan pemasaran. Pemasaran merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan, karena dengan pemasaran konsumen dapat mengetahui serta mengenal berkaitan dengan produk atau jasa yang ditawarkan.

Transportasi merupakan alat bantu yang digunakan untuk memudahkan manusia dalam melakukan perjalanan sejak dahulu. Pada awalnya manusia melakukan perjalanan menggunakan alat transportasi berupa hewan, dan karena semakin hebatnya dunia industri sehingga pada saat ini manusia dapat berpergian menggunakan alat transportasi berupa mesin. Mulai dari kendaraan bermesin beroda dua hingga kendaraan bermesin beroda empat. Jasa transportasi dipilih karena hampir setiap hari orang memerlukan dan membutuhkan jasa transportasi untuk melakukan aktivitas dan jasa transportasi adalah pilihan kedua setelah kendaraan pribadi dalam melakukan kegiatan. Perkembangan transportasi ini pula yang membuka peluang bisnis dalam bidang jasa transportasi. Karena dari hari ke hari manusia tidak dapat terpisahkan dari transportasi untuk beraktivitas.

Di Indonesia jasa transportasi merupakan jasa yang memberikan layanan kendaraan bagi masyarakat, mulai dari jasa transportasi kendaraan roda dua atau yang biasa disebut dengan ojek sampai dengan roda empat yang biasa disebut *taxi*. Disini yang disebutkan hanya jasa transportasi ojek dan *taxi* karena kedua model transportasi umum ini bersifat pribadi dan dapat menentukan lokasi penjemputan serta tujuan sesuka kita. Perkembangan teknologi di bidang komunikasi pada saat ini mempengaruhi pula bisnis transportasi yang ada. Semakin meluasnya jaringan internet dan semakin meningkatnya pengetahuan masyarakat akan teknologi membuka peluang bisnis baru di bidang jasa transportasi yaitu transportasi *online*. Transportasi *online* merupakan penggabungan antara kemajuan teknologi di bidang komunikasi dan peningkatan kebutuhan transportasi masyarakat.

Transportasi *online* sendiri merupakan transportasi yang berbasis aplikasi dalam *smartphone*. Yang artinya jika orang membutuhkan transportasi *online* ini orang dapat memesan kendaraan baik roda dua maupun roda empat melalui aplikasi yang ada dalam *smartphone*. Tahun 2015 merupakan tahun revolusi di bidang transportasi di Indonesia. Di tahun tersebut Go Jek berkembang menjadi sebuah layanan besar di Indonesia dan kemudian mendapatkan perlawanan dari Grab. Perkembangan pesat transportasi *online* menjadi transportasi umum yang dibutuhkan masyarakat menjadi daya tarik mengapa transportasi *online* ini dipilih sebagai objek penelitian.

Di Semarang terdapat dua perusahaan penyedia transportasi *online* terbesar yaitu Gojek dan Grab. Dipilihnya Semarang sebagai lokasi penelitian dikarenakan tingkat kemacetan yang ada di Semarang lebih rendah dibandingkan ibu kota provinsi lain di pulau Jawa, sehingga masih baik untuk perkembangan transportasi *online* baik motor maupun mobil. Gojek merupakan perusahaan transportasi berbasis *online* yang berasal dari Indonesia sedangkan Grab sendiri merupakan perusahaan transportasi *online* yang berasal dari negara Malaysia yang didirikan pada tahun 2012 dengan julukan pada saat itu adalah “MyTeksi”. Saat ini Grab sendiri telah hadir di delapan negara Asia Tenggara termasuk dengan Indonesia (<https://inet.detik.com/cyberlife/d-3164940/mengenal-anthony-tan-pria-tajir-malaysia-pencipta-grab>). Diunduh pada tanggal 31 Januari 2019

Untuk mendapatkan penumpang atau yang sering disebut dengan istilah “Orderan”, biasanya para *driver* akan menunggu orderan pada suatu titik lokasi tertentu kegiatan ini disebut dengan mengetem. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia ngetem adalah istilah untuk angkutan atau kendaraan umum yang sedang berhenti untuk menunggu penumpang. Banyak sekali faktor yang mempengaruhi *driver* dalam menentukan lokasi mengetem. Alasan memilih lokasi pun berbeda pada masing-masing *driver*. Lokasi yang biasanya dijadikan tempat mencari konsumen dengan cara menegetem para *driver* transportasi *online* adalah *mall*, stasiun, rumah sakit, dan kampus. Untuk mencari konsumen dengan cara mengetem di *mall*, stasiun/terminal, dan rumah sakit tempat tersebut para *driver* harus berhati-

hati dan tidak bisa mengetem di sembarang tempat, karena banyak larangan dan peraturan di sekitar lokasi mall, stasiun, dan rumah sakit. Dan ketiga lokasi tersebut jika digunakan mengetem *driver* dalam jumlah banyak akan mengganggu kelancaran lalu lintas di lokasi tersebut. Sehingga para *driver* yang mengetem di ketiga tempat tersebut harus berhati-hati dan menjaga jarak dengan ketiga lokasi tersebut agar tidak terkena sanksi oleh pihak yang berwenang. Berbeda dengan beberapa kampus yang terlihat jelas kegiatan mengetem transportasi *online*.

Fenomena yang terjadi adalah pengemudi transportasi *online* yang memilih menunggu orderan di sekitar kampus lebih terbebas dari aturan atau larangan serta pengawasan dari pihak yang berwajib. Sehingga para pengemudi transportasi *online* ini dapat menunggu orderan dengan lebih aman dan nyaman. Tetapi tidak banyak *driver online* yang mengetahui mengenai lokasi yang ada di kampus Unika Soegijapranata. Penambahan *driver* baru setiap hari akan memberikan dampak negatif bagi para *driver* transportasi *online* baik baru maupun yang lama jika tidak ada pengetahuan mengenai lokasi-lokasi baru yang dapat digunakan untuk mencari orderan. Terutama bagi para *driver* baru yang baru saja bergabung karena tidak adanya panduan atau bantuan dari pihak aplikator mengenai pemilihan lokasi mengetem dan faktor apa saja yang biasanya mempengaruhi lokasi saat mencari orderan. Kebanyakan *driver* lebih memilih mencari penumpang di tengah kota dari pada di pinggiran kota karena merasa di tengah kota lebih banyak memiliki orderan, selain di tengah kota para *driver* lebih suka mencari orderan di lokasi yang terlihat ramai oleh orang. Sehingga kampus Unika Soegijapranata kurang dipandang untuk lokasi yang strategis. Pengetahuan mengenai lokasi yang cocok untuk menunggu orderan sangat penting bagi para *driver*. Dampak negatif yang lain adalah persaingan yang tidak sehat saat mencari orderan di sebuah lokasi oleh para *driver* lama kepada para *driver* yang belum pernah mencari orderan di sekitar lokasi tersebut.

Banyak faktor yang mempengaruhi dalam pemilihan lokasi untuk mencari orderan pada transportasi *online*, dan setiap *driver* memiliki beberapa faktor yang berbeda. Beberapa *driver* yang mencari orderan di kampus Unika Soegijapranata

mereka memiliki faktor berbeda-beda walau sebagian besar mereka memiliki kesamaan. Dengan menyebar kuesioner ke 12 *driver* transportasi *online* yang menunggu orderan di kampus Unika Soegijapranata maka dihasilkan berbagai faktor yang menjadi dasar mengapa mereka menunggu orderan di kampus Unika Soegijapranata.

Tabel 1.1 Hasil Pra Survey

No.	Alasan mereka memilih mencari orderan di unika	Frekuensi
1.	Ramai orderan	10
2.	Kebetulan lewat	6
3.	Nyaman untuk mencari orderan	4
4.	Setelah mengantar konsumen di sekitar Unika	4
5.	Terbiasa mengetem di Unika	6
6.	Rumah dekat dengan Unika	5
7.	Dapat digunakan sebagai tempat istirahat	4
8.	Melihat banyak teman sesama <i>driver online</i>	4
9.	Tidak ada gangguan dari transportasi konvensional	2
10.	Mencari orderan yang dekat	1
11.	Setelah mengantar anak sekolah dekat Unika	1
12.	Saingan lebih sedikit dibanding lokasi kampus lain	2
13.	Trip jauh sampai ke luar kota	2
14.	Mudah untuk menemukan penumpang	1
15.	Merupakan mahasiswa aktif/alumni Unika Soegijapranata	1
16.	Memiliki keperluan di Unika seperti mengikuti jobfair	1
17.	Dapat digunakan untuk tempat meneduh saat hujan	1

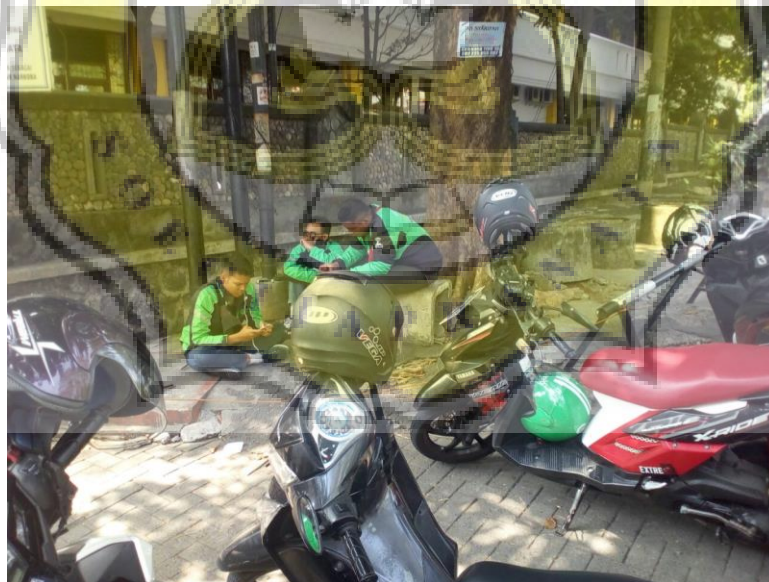
Sumber: Data prasurvei 2018

Dari data prasurvei di atas dapat diketahui bahwa orderan transportasi *online* yang ada di kampus Unika Soegijapranata cukup ramai karena pada faktor ramai orderan memiliki frekuensi yang cukup tinggi dengan angka 10 responden yang menyatakan bahwa orderan di kampus Unika Soegijapranata ramai.



Gambar 1 Lokasi mengetem transportasi *online* roda empat

Gambar 1 merupakan gambar sekumpulan mobil yang digunakan untuk transportasi *online* berjenis roda empat atau *taxi* yang sedang mencari konsumen dengan cara mengetem. Lokasi ini berada di seberang gedung Justinus Unika Soegijapranata. Dengan mobil yang berjumlah 6 buah.



Gambar 2 Lokasi mengetem transportasi *online* roda dua

Gambar 2 merupakan gambar *driver* transportasi *online* roda dua yang sedang mencari konsumen dengan cara mengetem. Lokasinya berada di depan gedung Justinus Unika Soegijapranata.

Berdasarkan latar belakang masalah, sehingga penulis tertarik untuk melakukan penelitian ini. Maka peneliti membuat penelitian yang berjudul “**Analisi Faktor Pemilihan Lokasi Mengetem Transportasi *Online* di Sekitar Universitas Katolik Soegijapranata Menurut *Driver Online Motor*”**”

1.2.Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah teruraikan di atas, perumusan masalahnya adalah:

Faktor apa yang mempengaruhi pemilihan lokasi mengetem transportasi *online* menurut para *driver* transportasi *online* motor?

1.3.Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor dari para *driver* transportasi *online* dalam memilih lokasi mengetem khususnya *driver* ojek *online* yang berlokasi di kampus Universitas Katolik Soegijapranata.

1.4.Manfaat Penelitian

Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat:

1. Bagi perusahaan hasil penelitian ini dapat menjadi informasi bahwa Universitas Soegijapranata merupakan tempat yang strategis untuk transportasi *online* mendapatkan orderan. Informasi dari penelitian ini juga dapat digunakan untuk mengembangkan aplikasi transportasi *online* oleh perusahaan.
2. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat dijadikan sumber informasi atau referensi untuk penelitiannya, khususnya bagi penelitian yang mempunyai topik yang sama.