

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Saat ini pertumbuhan sarana jasa transportasi mengalami perkembangan pesat dan ketat dapat mengakibatkan persaingan di jasa transportasi. Transportasi juga sangat penting bagi kehidupan masyarakat karena transportasi digunakan sehari – hari dan sebagai kebutuhan seperti kerja dan sekolah ataupun beraktivitas lain. Dengan adanya transportasi masyarakat mendapatkan kemudahan untuk mengakses dalam tempat ke tempat lainnya.

Kenyataannya dengan adanya pandemi Covid-19 kemarin, membuat konsumen yang ingin berpergian keluar semakin sulit. Terlebih dalam mengatasi persoalan berpergian di masa pandemi Covid-19 ini, pihak dari masing jasa transportasi telah menyiapkan beberapa fasilitas sebagai sarana protokol kesehatan dan membuat penumpang menjadi merasa aman dan nyaman. Dengan munculnya pandemi covid 19 banyak pilihan jasa transportasi online yang ada di Indonesia yang berbasis *smartphone* seperti *grabcar* atau *gocar* yang hadirnya beberapa jenis pilihan jasa transportasi online tersebut, yang persaingan semakin ketat dan membuat pangsa pasar taksi konvensional seperti taksi *Bluebird* yang pendapatan sangat menurun.

Namun perkembangan teknologi sebagai penunjang kehidupan yang sangat mudah dan semakin cepat. Maka pihak taksi bluebird juga meluncurkan adanya fitur GPS (*Global Positioning System*) memberikan dampak positif bagi

kepuasan pada konsumen. Dengan ini pihak Bluebird mempertahankan pelanggan dan meningkatkan pada pelayanan sehingga secara tidak langsung berdampak pada pertumbuhan bisnis. Oleh karena itu perkembangan teknologi sangat berpengaruh dalam pola perilaku hidup masyarakat dalam menggunakan transportasi. maka adanya transportasi maka sekarang taksi konvensional seperti taksi *Bluebird, Gocar, Gabcar* dan lain sebagainya menjadi semakin diminati.

Bluebird merupakan salah satu bidang jasa transportasi jenis konvensional yang mempunyai kualitas pelayanan merupakan membentuk sebuah nilai kepada konsumen agar dapat meningkatkan pelayanan diterima Transportasi di Indonesia sangat berkembang pesat karena banyaknya pesaing dalam beberapa jenis moda jasa transportasi lainnya. Dalam pelayanannya banyak strategi yang telah dilakukan oleh BlueBird untuk menciptakan kepuasan konsumennya seperti harga yang ditetapkan tidak menggunakan argo lagi melainkan ditetapkan berdasarkan jauh dekatnya jarak. lalu Pemesanan taksi konvensional dahulunya dilakukan secara offline, sekarang dapat dipesan dengan sangat mudahnya dengan menggunakan aplikasi my Bluebird. Yang awalnya konsumen atau pelanggan merasa lebih kesulitan dan tidak efektif dalam segi waktu karena harus memanggil taksi secara manual atau lewat telepon, sekarang menjadi lebih simple dan mudah dan cepat dengan adanya aplikasi tersebut, sehingga menciptakan kepuasan kepada seluruh pelangganya.

Walaupun pihak menejemen dari Blubird sudah melakukan segala upaya demi menciptakan kepuasan bagi konsumen, tetap saja ada banyak konsumen yang masih belum puas dengan kinerja dari Bluebird. Bahkan tidak sedikit dari

konsumen yang menyatakan keluhan setelah memakai jasa transportasi dari pihak perusahaan Bluebird. Oleh karena itu peneliti melakukan survey langsung ke pool yang ada di Jakarta Selatan untuk lebih meneliti keluhan dari konsumen Bluebird, Berikut adalah data tabel keluhan ditahun 2021.

Tabel 1.1 Komplain dan Keluhan Tahun 2021

No	Kategori Komplain dan keluhan	Jumlah Komplain Dan Keluhan
1	Orderan Lama	5
2	Aplikasi Eror	3
3	Tidak Adanya Potongan Biaya	4
4	Argo Yang Mahal	6
5	Sikap Driver	10

Sumber : Twiter Resmi PT Bluebird.

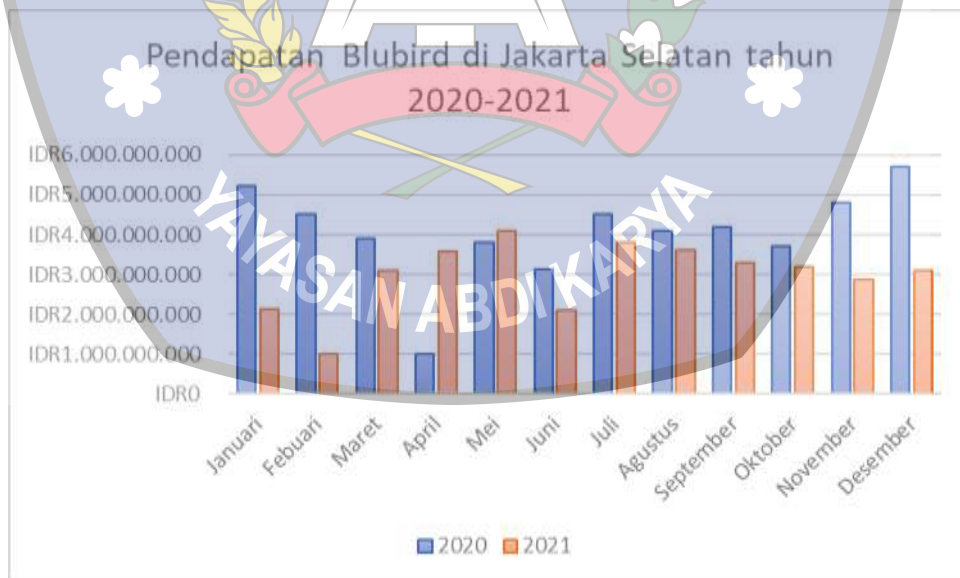
Pada Tabel 1.1 diatas terlihat bahwa akibat terjadinya banyak keluhan dan komplain dimedia social seperti twiter resmi *Bluebird*, terhadap konsumen saat menggunakan jasa taksi *Bluebird* telah terdata pada tahun 2021. kebanyakan keluhan dan komplain konsumen disebabkan oleh Sikap Driver yang ditandai dengan poin sebesar 10 dari, diikuti dengan Harga dari argo yang cukup mahal, dan Kurangnya promosi atau potongan harga yang diberikan oleh pihak manajemen *Bluebird*. Hal ini berpengaruh dari kepuasan konsumen dan penurunan penumpang yang disebabkan banyak komplain dan keluhan mengakibatkan konsumen beralih ke moda transportasi online seperti Gocar. Dan dilansir dari situs *kompas.com* CEO PT. *Bluebird Tbk*, Toni mengatakan bahwa pendapatan blue bird turun sampai 70% dari awal mulanya Pandemi Covid-19, yang menyebabkan kesulitan dalam mempertanggungjawabkan 40.000 armada dari blue bird. Hal tersebut dapat kita lihat dalam Tabel 1.1 yang menunjukkan pendapatan blue bird tahun 2020 - 2021.

Tabel 1.2 Pendapatan Blue Bird Tahun 2020 - 2021

Bulan	2020	2021
Januari	IDR5.232.400.000	IDR2.130.170.000
Febuari	IDR4.500.200.000	IDR1.009.878.000
Maret	IDR3.890.000.000	IDR3.100.987.000
April	IDR997.500.000	IDR3.581.550.000
Mei	IDR3.818.000.000	IDR4.109.669.000
Juni	IDR3.140.390.000	IDR2.098.810.000
Juli	IDR4.498.900.000	IDR3.800.912.000
Agustus	IDR4.109.806.000	IDR3.598.112.000
September	IDR4.200.395.000	IDR3.279.010.000
Oktober	IDR3.700.970.000	IDR3.190.880.000
November	IDR4.799.885.000	IDR2.876.850.700
Desember	IDR5.700.881.000	IDR3.100.540.000
Total	IDR48.589.329.020	IDR35.877.370.721

Sumber: Pool Bluebird Cabang Pool Palmerah

Garfik 1.1 Pendapatan Blue Bird 2020 - 2021



Sumber: Pool Bluebird Cabang Pool Palmerah

Dalam tabel 1.2 dan Garfik 1,1 berikut menjelaskan bahwa adanya performa dari Blue Bird sangat amat menurun. Bisa dilihat pendapatan pada tahun

2020 dapat mencapai 48 miliar, tapi pada tahun 2021 pendapatannya menurun menjadi 35 miliar. Pendapatan Bluebird pada tahun 2021 sangat menurun signifikan di setiap bulan mengalami fluktuasi, dibandingkan dari pendapatan di tahun 2020 yang meningkat pendapatan. Bahkan pada 2 kuartal terakhir pendapatan dari Bluebird di tahun 2021 mengalami penurunan dengan berkala. Hal ini menunjukkan bahwa kurangnya konsistensi dari pihak manajemen Bluebird dalam menghadapi Pandemic Covid-19 ini.

PT. *BlueBird* merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di dalam bidang transportasi konvensional. *Bluebird* juga mempunyai target pasar yang dibidik adalah rental mobil khusus untuk para jurnalis dan pengunjung dari ke hotel dan *airport*. Saat itu hanya terdapat 25 mobil yang digunakan untuk beroperasi dan perusahaan ini juga menjadi bisnis taksi yang kemudian berkembang beberapa bisnis yang berkaitan dengan transportasi dan pariwisata yang kemudian dikenal sebagai *BlueBird Grup*. Oleh karena itu hasil promosi dapat pengaruh pada jumlah penumpang atau jumlah pendapatan taksi Bluebird sehingga bisa dilihat ditabel 1.3 presentase jumlah promo taksi Bluebird yaitu :

Tabel 1.3 Presentase Jumlah Promo Jasa Taksi Bluebird.

Saat Periode Promo

No	Tanggal Periode Saat Promo	Keterangan Promo	Presentase Peningkatan
1	14 - 31 Agustus 2021	I-Kupon MyBluebird untuk Belanja Indomaret Rp. 35.000	50%
2	25 - 30 Septemeber 2021	Diskon Perjalanan dengan taksi bluebird hingga Rp. 26.000	25%

3	1 – 30 November 2021	Dapat potongan argo sebesar Rp. 20.000	15%
---	-------------------------	---	-----

Sumber: Data diperoleh dari Taksi *Bluebird* (2021)

Bahwa bisa dilihat dalam tabel 1.3, bahwa promo sebagai strategi *Bluebird* yang sangat untuk menarik para penumpang agar supaya menggunakan jasa taksi *Bluebird*, dengan adanya promo berpengaruh terhadap kepuasan konsumen karena banyak nya promo – promo yang menarik pada taksi *bluebird* dan mengakibatkan meningkatnya lonjakan pada jumlah penumpang di taksi *Bluebird* disetiap bulan tertentu. Dengan ini *Bluebird* memberikan promo seperti I-Kupon My *Bluebird* untuk belanja di *indomaret* dan adanya promo diskon perjalanan dengan taksi *Bluebird* makanya semakin banyak promo semakin meningkat pada bulan Agustus 2021, para penumpang taksi *Bluebird* yang sangat meningkat signifikan pada pendapatan taksi *Bluebird* pada bulan tertentu atau terjadi nya peningkatan. Oleh karena itu dengan adanya promo menimbulkan pendapatan harga dari banyak nya jenis pelayanan yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dalam menyesuaikan pada harga yang stabil.

Pada saat ini era transportasi yang menjadikan suatu kegiatan yang dilakukan sehari – hari yang digunakan oleh masyarakat terhadap kepuasan konsumen. Oleh karena itu *Bluebird* memberikan kepuasan kepada konsumen untuk memenuhi kebutuhan yang diinginkan bagi penumpang taksi *Bluebird*. Dengan itu taksi *Bluebird* sebagai bidang jasa transportasi yang dikenal di Indonesia, *Bluebird* berkordinasi kepada pihak manajemen untuk memperluas strategi pemasaran nya untuk berpengaruh perilaku penumpang dalam memberikan kepuasan konsumen ialah Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi,

Objek penelitian ini dilakukan pada Cabang Pool Taksi Bluebird Palmerah maupun mengetahui fenomena kepuasan konsumen yang sangat menurun pada tahun 2020 sampai tahun 2021 saat mengalami pandemi covid 19 yang menjadi peneitian ini.

Banyak faktor yang perlu diperhatikan bagi pihak manajemen Bluebird, baik dari kualitas pelayananya, harga argonya, dan promosi yang telah ditawarkan kepada konsumen itu sendiri. Hal ini dapat mempengaruhi bagi kepuasan konsumen pada taksi Bluebird dalam membangun kepercayaan dan loyalitas konsumennya. Oleh karena itu peneliti memilih Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi sebagai variabel utama untuk meneliti tingkat kepuasan dari konsumen Bluebird di Jakarta Selatan.

Faktor pertama yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu kualitas pelayanan. bluebird berkomitmen mementingkan dari segi kualitas pelayanan pada konsumen dan juga harus memperhatikan dari kehadirannya para pesaing pada taksi daring. Dengan ini Bluebird sudah dikenal dikalangan masyarakat karena bluebird sudah di kenal sebagai transportasi terbaik di Indonesia. Makanya itu teori pokok nya dikeranakan setiap hari Bluebird memberikan kenyamanan dan rasa terpercaya pada calon penumpang, makanya pihak taksi Bluebird melakukan peremajaan pada setiap armada taksi atau memodernisasi pada semua armada taksinya. Agar untuk memberikan tingkat kepuasan konsumen pada penumpang taksi bluebird. Dengan ini untuk menjaga nama baik perusahaan pada PT. Bluebird itu sendiri kepada konsumen. Kulitas pelayanan pada taksi bluebird sendiri menghadirkan layanan pemesanan secara

daring melalui My Bluebird untuk mempermudah konsumen untuk dengan menghadirkan layanan pembayaran berbasis elektronik yang berpengaruh kepada kepuasan konsumen, untuk memberikan layanan terbaik kepada masyarakat. pada taksi daring. Dengan ini Bluebird sudah dikenal dikalangan masyarakat karena bluebird sudah di kenal sebagai transportasi terbaik di Indonesia. Makanya itu teori pokok nya dikeranakan setiap hari Bluebird memberikan kenyamanan dan rasa terpercaya pada calon penumpang, makanya pihak taksi Bluebird melakukan peremajaan pada setiap armada taksi atau memodernisasi pada semua armada taksinya. Agar untuk memberikan tingkat kepuasan konsumen pada penumpang taksi bluebird. Dengan ini untuk menjaga nama baik perusahaan pada PT. Bluebird itu sendiri kepada konsumen. Kualitas pelayanan pada taksi bluebird sendiri menghadirkan layanan pemesanan secara daring melalui My Bluebird untuk mempermudah konsumen untuk dengan menghadirkan layanan pembayaran berbasis elektronik yang berpengaruh kepada kepuasan konsumen, untuk memberikan layanan terbaik kepada masyarakat. Berdasarkan pada peneliti ini sebelumnya oleh Rina Anggriana dkk (2017) pada penelitian menunjukan bahwa hasil dari penelitian Ojek Online “Omjek” Jember menunjukan bahwa hasil nya yaitu kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, Namun menurut penelitian yang dilakukan oleh Ketmi Novrin Surianto (2019) Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pengguna jasa transportasi online Grabcar di daerah istimewa Yogyakarta.

Faktor kedua ialah yang memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen adalah Harga. Dalam sebuah jasa merupakan faktor penentu terhadap

permintaan penumpang taksi Bluebird, harga dalam sebuah jasa merupakan yang sangat penting penumpang taksi Bluebird, harga dalam sebuah jasa merupakan yang sangat penting bagi calon penumpang yang harus di perhatikan bagi pihak manajemen Bluebird. Dengan ini penumpang taksi Bluebird merespon harus mengeluarkan biaya cukup besar untuk membayar argo taksi Bluebird. Hal ini Bluebird telah melakukan penyesuaian pada tarif argo taksi Bluebird tersebut, dengan kenaikan tarif dilakukan untuk meningkatkan pelayanan kepada kepuasan konsumen. Oleh karena itu taksi Bluebird sudah jarang diminati dikarenakan argo nya cukup mahal di bandingkan dengan taksi online seperti Grabcar atau Gocar. Makanya Bluebird sendiri penyesuaian tarif harga taksi dalam merupakan langkah yang terbaik pada perusahaan Bluebird itu sendiri. Dalam hal ini memastikan pihak taksi Bluebird akan memberikan pelayanan yang terbaik pada penumpang setia pengguna jasa taksi Bluebird tersebut. Teori pokoknya dikarenakan bahwa tarif argo taksi Bluebird naik maka setiap bulan Bluebird memberikan potongan harga atau diskon setiap pengguna jasa taksi Bluebird tetapi ada batas tanggal potongan harga atau diskon. Hal ini memberikan efek positif kepada penumpang dalam menggunakan jasa taksi Bluebird. Dengan ini Berdasarkan pada penelitian bahwa sebelumnya yang dilakukan oleh pada penelitian Suryaningtyas Santosa (2019) pada pengguna KAI ACCEES disurabaya menunjukan hasil Harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, namun menurut penelitian yang dilakukan oleh Trian Binar Yunansyah (2020) Harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PT. Trans Panorama Wisata.

Faktor ketiga ialah yang memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen adalah Promosi. Bluebird setiap bulan memberikan promo seperti I-Kupon di My Bluebird untuk berbelanja diindomaret, mendapatkan diskon perjalanan dan dapat potongan argo taksi. Dengan itu Bluebird mempromosikan menggunakan media sosial seperti lewat Instagram Bluebird atau lewat aplikasi Twitter, Untuk memberitahukan atau mempermudah kepada calon penumpang pengguna jasa taksi Bluebird. Dengan itu Bluebird setiap bulan memberikan potongan harga seperti cashback maupun voucher untuk perjalanan dengan taksi Bluebird. Bluebird juga sudah berkerja sama dengan PT Bank Central Asia Tbk (BCA) yang melalui fitur pemesanan taksi dalam pelayanan BCA Mobile. Dalam hal ini bagi penumpang taksi bluebird dalam pemesanan taksi. Bluebird bisa melalui BCA Mobile (Mbaking) maka penumpnag mendapatkan diskon potongan harga. Sehingga adanya media sosial dalam mempromosikan dapat berpengaruh kepada kepuasan konsumen pada taksi Bluebird. Berdasarkan pada penelitian bahwa sebelumnya yang dilakukan pada penelitian Trian Binar Yunansyah (2020) pada pengguna Grab Food menunjukkan hasil promosi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, namun menurut penelitian yang dilakukan oleh Nuralim dkk (2021) menemukan bahwa Promosi tidak berpengaruh terhadap signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Moritama Nusantara Tours And Travel di Makassar.

Berdasarkan dari fenomena masalah pada latar belakang dalam sebuah penelitian ini, masih terdapat perbedaan dari hasil penelitian sebelumnya. Oleh karena itu berdasarkan dalam penjelasan sebelumnya maka penulis ini mengambil

tema berjudul **Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pengguna Jasa Transportasi PT.Bluebird Jakarta Selatan.**

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen PT BlueBird Jakarta Selatan?
2. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen PT BlueBird Jakarta Selatan?
3. Apakah Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen PT BlueBird Jakarta Selatan?
4. Apakah Promosi berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen PT BlueBird Jakarta Selatan?

C. Tujuan Dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Promosi secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen BlueBird di Jakarta Selatan pada masa Pandemi Covid-19
- b. Untuk mengetahui pengaruh pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Blue Bird di Jakarta Selatan pada masa Pandemi Covid-19

- c. Untuk mengetahui pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Blue Bird di Jakarta Selatan pada masa Pandemi Covid-19
- d. Untuk mengetahui pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Blue Bird di Jakarta Selatan pada masa Pandemi Covid-19

2. Kegunaan Penelitian

Adapun hasil dari penelitian ini diharapkan akan dapat memberikan dalam manfaat sebagai berikut:

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan bagi peneliti, dan untuk memenuhi salah satu syarat untuk meraih gelar sarjana pada studi ekonomi manajemen Universitas Satya Negara Indonesia.

b. Bagi Perusahaan

Manfaat dengan adanya penelitian pada PT.Bluebird diharapkan dapat membantu jasa transportasi untuk menerapkan strategi penempatan armada taksi agar mendapatkan kemudahan, berkomitmen untuk menjaga kualitas pelayanan dalam kepuasan pada konsumen PT.Bluebird Tbk meraih perdidat sebagai mitra transportasi yang handal dan terpercaya

c. Bagi Institusi

Bagi Universitas, diharapkan penelitian ini dapat menambah informasi dan kepustakaan yang dapat digunakan untuk penelitian dimasa yang akan datang.