

**USULAN PERBAIKAN TAKSI GEMAH RIPAH
BERDASARKAN FAKTOR YANG
DIPERTIMBANGKAN KONSUMEN DALAM MEMILIH
JENIS TAKSI**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar
Sarjana dalam bidang ilmu Teknik Industri

Disusun oleh:

Nama : Sevira Arthy

NPM : 2013610178



**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
2017**

**FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
BANDUNG**



Nama : Sevira Arthy
NPM : 2013610178
Jurusan : Teknik Industri
Judul Skripsi : USULAN PERBAIKAN TAKSI GEMAH RIPAH BERDASARKAN
FAKTOR YANG DIPERTIMBANGKAN KONSUMEN DALAM
MEMILIH JENIS TAKSI

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Bandung, Juli 2017

Ketua Jurusan Teknik Industri

(Dr. Carles Sitompul, S.T., M.T., M.I.M.)

Pembimbing

(Yogi Yusuf Wibisono, S. T., M. T.)



Jurusan Teknik Industri
Fakultas Teknologi Industri
Universitas Katolik Parahyangan

Pernyataan Tidak Mencontek atau Melakukan Tindakan Plagiat

Saya, yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Sevira Arthy

NPM : 2013610178



dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

“USULAN PERBAIKAN TAKSI GEMAH RIPAH BERDASARKAN FAKTOR YANG DIPERTIMBANGKAN KONSUMEN DALAM MEMILIH JENIS TAKSI”

adalah hasil pekerjaan saya dan seluruh ide, pendapat atau materi dari sumber lain telah dikutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan jika pernyataan ini tidak sesuai dengan kenyataan, maka saya bersedia menanggung sanksi yang akan dikenakan kepada saya.

Bandung, 26 Juli 2107

Sevira Arthy
2013610178

ABSTRAK

Bisnis dalam bidang transportasi umum memiliki potensi yang baik. Hal inilah yang memicu cukup banyak pengusaha memilih untuk menjalankan bisnis di bidang transportasi umum, salah satunya adalah bisnis taksi. Bandung sebagai salah satu kota tujuan wisata tentu merupakan tempat yang strategis untuk menjalankan bisnis taksi. Persaingan dalam industri transportasi taksi pun semakin ketat, tidak terkecuali di Bandung, salah satu faktornya dikarenakan bermunculan usaha taksi *online*. Taksi Gemah Ripah merupakan salah satu dari sekian banyak taksi yang terdapat di Bandung. Berdasarkan hasil pengamatan, taksi Gemah Ripah diindikasikan memiliki daya saing yang masih rendah. Oleh karena itu, untuk dapat terus bertahan di persaingan yang semakin ketat ini, taksi Gemah Ripah dituntut untuk melakukan perbaikan dan terus meningkatkan daya saingnya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kelebihan dan kelemahan taksi Gemah Ripah bila dibandingkan dengan taksi *online* yang merupakan kompetitor taksi Gemah Ripah. Langkah awal dari penelitian ini adalah mengidentifikasi atribut yang menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih jenis taksi, kemudian dilakukan penyusunan dan penyebaran kuesioner. Tahap berikutnya adalah pembentukan faktor dengan menggunakan metode Analisis Faktor, selanjutnya dilakukan uji validitas dan reliabilitas kuesioner. Setelah dinyatakan valid dan reliabel selanjutnya dilakukan pembuatan *perceptual map* dengan metode *Correspondence Analysis*. *Perceptual map* akan memetakan penilaian atas masing-masing atribut terhadap taksi Gemah Ripah. Melalui *perceptual map* dapat diketahui kelebihan dan kelemahan dari taksi Gemah Ripah dibandingkan dengan taksi *online*.

Berdasarkan hasil penelitian terdapat 6 buah faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam memilih jenis taksi, yaitu faktor internal, pengetahuan supir, proses, atribut supir, harga, dan bukti fisik. Selanjutnya, didapatkan 13 atribut yang menjadi kelemahan taksi Gemah Ripah dibandingkan dengan taksi *online*. Atribut tersebut adalah harga, kepastian harga, kenyamanan, kecepatan kedatangan taksi, rasa bangga, kemudahan pencarian dan pemesanan, kecepatanggapan *server*, pelayanan, *benefit*, diskon, tampilan fisik mobil, fasilitas, dan ketepatan rute. Oleh karena itu, beberapa perbaikan yang diusulkan adalah menurunkan harga argo, memperbaharui prosedur pelayanan, membuat aplikasi, menempelkan pemberitahuan dalam setiap taksi, pengecekan kebersihan rutin, pengecekan fungsi fasilitas, pelarangan penggunaan pengharum mobil, mengubah tampilan mobil, menambah jumlah lini *server* yang aktif, menambah media kontak perusahaan, membuat visi dan misi yang jelas, *mentraining* supir taksi, mengadakan program penilaian supir, kartu keanggotaan untuk konsumen, mengubah sistem penghasilan menjadi sistem komisi, memberikan denda pada supir mengenai mobil yang rusak, penetapan standar fasilitas, menyediakan *printer* untuk mencetak struk, menyediakan majalah atau *booklet* mengenai perusahaan dalam setiap armada, dan menambah jumlah *bus station*.

ABSTRACT

Business in public transportation field has a good potential. This lead to invites quite many businessmen to do a business in public transportation field, one of them is taxi business. Bandung as a tourism city, surely becomes a strategic place to start a taxi business. Competition in taxi industry is getting tight, including in Bandung, one of the factor because of online taxi business is starting to appear. Gemah Ripah Taxi is one of the many taxis in Bandung. Based on observation result, Gemah Ripah taxi is detected has a weak competence. As an effort to still stand in this tight competition, Gemah Ripah taxi has to do some improvements and keep it's competence up.

This research has a goal to detect the advantages and the disadvantage from Gemah Ripah taxi compared with online taxi, which becomes Gemah Ripah taxi's competitor. First step of this research is identifying some attributes that become consumer consideration for choosing a taxi, then get into questionnaire forming and publishing step. Next step is factors forming using factor analysing method, then get into questionnaire validity and reliability testing. After the test result already valid and reliable, then create a perceptual map through Correspondence Analysis method. Perceptual map will positioning value of each attributes for Gemah Ripah taxi. Through perceptual map could be known the advantages and disadvantages of Gemah Ripah taxi compared with online taxi.

Based on the researched result, there are 6 factors that become consumer consideration in choosing a taxi, they are internal factor, driver knowledge, process, driver's attribute, price, and physical evidence. Then obtained 13 attributes that become disadvantages from Gemah Ripah taxi compared with online taxi. Those attributes are price, fixed price, comfortness, taxi arrival speed, sense of pride, ease of searching and ordering, speed of server response, service, benefit, discount, car's physical appearance, facility and route accuracy. So that, some of the improvement that suggested are lowering the meter price, renew the service procedure, apply the online application, stick announcement in each unit of taxi, hygiene checking routinely, facility function checking routinely, banning the use of car deodorizer, changing car appearance, adding some active line of server, adding company's media contacts, create a clear vision and mission, create driver training program, create driver assessment program, membership card for consumer, changing the income system into percentage system, give the driver a fine on damage cars, standard setting of facilities, providing printer machine for printing bill, providing magazine or booklet about the company in every unit mobil, and adding bus station.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yesus Kristus dan Bunda Maria karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir berupa skripsi dengan judul “Usulan Perbaikan Taksi Gemah Ripah Berdasarkan Faktor Yang Dipertimbangkan Konsumen Dalam Memilih Jenis Taksi”. Skripsi ini dibuat sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Katolik Parahyangan.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis telah banyak mendapatkan bantuan, bimbingan, dukungan, dan saran dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis, baik berupa bantuan moril maupun materil sehingga terselesaikannya penyusunan skripsi ini. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada:

1. Bapak Yogi Yusuf Wibisono, S.T., M.T., sebagai dosen pembimbing yang telah sabar memberikan bimbingan, memberi saran-saran yang sangat berharga bagi penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya selama penyusunan tugas akhir ini.
2. Ibu Ceicalia Tesavrita, S.T., M.T. dan Bapak Dr. Paulus Sukpto, Ir., M.B.A., selaku dosen penguji yang telah memberikan masukan berupa kritik dan saran untuk saya agar lebih menyempurnakan penelitian ini.
3. Bapak Hadi, selaku manajer operasional dari perusahaan taksi Gemah Ripah, yang telah memberikan kesempatan bagi penulis untuk melakukan penelitian ini.
4. Kedua orangtua penulis, kakak penulis, sepupu penulis, keluarga besar penulis yang senantiasa memberikan doa dan dukungan bagi penulis, menjadi teman cerita dan terus memberikan dukungan dan saran bagi penulis.
5. Teman main selama kuliah: Mariana, Lauwni, Viani, Helena, Janice, Felicia, Daniella, Natasha, Ira, Ricky, Agus, Winny, Yolanda, Mishela,

yang selalu memberikan dukungan, keceriaan, waktu, cerita, saran, dan menjadi teman seperjuangan dalam pembuatan tugas akhir.

6. Teman ISC : Yovan, Tricia, Emily yang telah memberikan bantuan dan semangat dalam proses pengerjaan tugas akhir.
7. Keluarga akademik : Ardianto, Justin, Dessy yang selalu memberikan semangat, keceriaan, saran, humor, cerita, dan dukungan bagi penulis.
8. Kakak tingkat penulis selama kuliah : Ira Hanako, Levinda, Dinda, Stanley yang telah memberikan saran dan dukungan selama proses penyelesaian tugas akhir.
9. Keluarga ring 1 HMPSTI 2015/2016 yang telah memberikan semangat, hiburan, dan keceriaan bagi penulis untuk menyelesaikan tugas akhir.
10. Teman SMP Santa Ursula dan SMA Santa Angela : Natasha, Edita, Gina, Siska, Thalita, Wulan, Rama yang selalu memberikan semangat, cerita, keceriaan dan dukungan bagi penulis.
11. Teman-teman asisten P2P dan asisten prosman yang telah memberikan semangat bagi penulis.
12. Semua pihak yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis berharap dapat memberikan masukan yang bermanfaat bagi perusahaan taksi Gemah Ripah untuk meningkatkan kinerja perusahaan, sehingga dapat terus bersaing di industri taksi dan memberikan yang terbaik bagi konsumen. Penulis juga menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir ini masih terdapat kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan pula masukan berupa kritik dan saran yang dapat mendukung perbaikan di masa mendatang.

Bandung, 18 Juni 2017

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	I-1
I.1 Latar Belakang Masalah	I-1
I.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah	I-5
I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi Penelitian	I-7
I.4 Tujuan Penelitian	I-7
I.5 Manfaat Penelitian	I-8
I.6 Metodologi Penelitian	I-8
I.7 Sistematika Penulisan	I-13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	II-1
II.1 Jasa	II-1
II.2 Industri Taksi	II-2
II.3 Perilaku Konsumen	II-2
II.3.1 Faktor-faktor yang Berpengaruh Dalam Keputusan Pem belian.....	II-3
II.3.2 Tahapan Pembuatan Keputusan Dalam Pembelian	II-6
II.3.3 Pengambilan Keputusan Konsumen Dalam Hal Pembeli an	II-9
II.4 <i>Marketing Mix</i>	II-10
II.5 Populasi dan Sampel	II-12
II.6 Teknik Penentuan Ukuran Sampel	II-13
II.7 Teknik Pengumpulan Data	II-16
II.8 Skala Pengukuran	II-17
II.9 Skala Sikap	II-18

II.10 Analisis Faktor	II-19
II.11 <i>Correspondence Analysis</i>	II-22
BAB III PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA	III-1
III.1 Proses Identifikasi dan Penentuan Atribut Penelitian	III-1
III.2 Proses Penyusunan dan Penyebaran Kuesioner Penelitian	III-8
III.3 Pembentukan Faktor dan Pengujian Validitas serta Reliabilitas..	III-9
III.3.1 Proses Pembentukan Faktor	III-10
III.3.2 Proses Pengujian Validitas dan Reliabilitas	III-18
III.4 Profil Responden	III-19
III.4.1 Usia	III-19
III.4.2 Jenis Kelamin	III-20
III.4.3 Status	III-21
III.4.4 Pendidikan Terakhir	III-21
III.4.5 Pekerjaan	III-23
III.4.6 Penghasilan per Bulan	III-24
III.4.7 Jumlah Orang yang Menjadi Tanggungan	III-25
III.4.8 Klasifikasi Pengguna <i>Smartphone</i>	III-26
III.4.9 Klasifikasi Pemilik Aplikasi Taksi <i>Online</i>	III-26
III.4.10 Waktu	III-27
III.4.11 Rekan dalam Berpergian	III-28
III.5 Proses Pemetaan Persaingan Menggunakan <i>Correspondence</i> <i>Analysis</i>	III-29
BAB IV ANALISIS	IV-1
IV.1 Analisis Faktor yang Terbentuk	IV-1
IV.2 Analisis Profil Konsumen Taksi Konvensional dan <i>Online</i> di Bandung	IV-3
IV.3 Analisis Kelemahan dan Keunggulan Taksi Gemah Ripah Berdasarkan Metode <i>Correspondence Analysis</i>	IV-8
IV.4 Usulan Perbaikan Taksi Gemah Ripah	IV-15
IV.5 Opini Pihak Manajemen Taksi Gemah Ripah Terhadap Usu lan Perbaikan	IV-24
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	V-1
V.1 Kesimpulan	V-1
V.2 Saran	V-3

V.2.1 Saran Bagi Perusahaan Taksi Gemah Ripah	V-3
V.2.2 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya	V-3
DAFTAR PUSTAKA	xv
LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Proporsi Taksi yang Tidak Beroperasi	I-3
Tabel III.1 Atribut Penelitian	III-1
Tabel III.2 Hasil KMO dan <i>Bartlett's Test</i>	III-10
Tabel III.3 Hasil Rekapitulasi dari Matriks Anti- <i>image</i> dan Nilai MSA per Atribut	III-10
Tabel III.4 Hasil <i>Communalities</i> Per Atribut	III-12
Tabel III.5 Hasil Total <i>Variance Explained</i>	III-13
Tabel III.6 Hasil <i>Component Matrix</i>	III-15
Tabel III.7 Hasil Rotasi Faktor	III-16
Tabel III.8 Rekapitulasi Pengelompokan Atribut Dalam Faktor	III-17
Tabel III.9 Hasil Uji Reliabilitas Keseluruhan	III-18
Tabel III.10 Profil Usia Responden	III-19
Tabel III.11 Profil Jenis Kelamin Responden	III-20
Tabel III.12 Profil Status Responden	III-21
Tabel III.13 Profil Pendidikan Terakhir Responden	III-22
Tabel III.14 Profil Pekerjaan Responden	III-23
Tabel III.15 Profil Penghasilan Per Bulan Responden	III-24
Tabel III.16 Profil Jumlah Orang yang Menjadi Tanggungan Responden	III-25
Tabel III.17 Profil Klasifikasi Pengguna <i>Smartphone</i> Responden	III-26
Tabel III.18 Profil Klasifikasi Pemilik Aplikasi Taksi <i>Online</i> Responden	III-27
Tabel III.19 Profil Waktu Responden	III-28
Tabel III.20 Profil Rekan Berpergian Responden	III-29
Tabel III.21 <i>Contingency Table</i>	III-30
Tabel III.22 Hasil <i>Expected Cell</i>	III-31
Tabel III.23 Hasil Perhitungan <i>Difference</i>	III-33
Tabel III.24 Hasil Perhitungan <i>Chi-Square</i>	III-34
Tabel III.25 <i>Table to be Analyzed</i>	III-36
Tabel III.26 <i>Output Row Profiles</i>	III-37
Tabel III.27 <i>Output Column Profiles</i>	III-38
Tabel III.28 <i>Output Row Scores</i>	III-39

Tabel III.29 <i>Output Column Scores</i>	III-41
Tabel III.30 Hasil Perhitungan Jarak	III-43
Tabel IV.1 Rekapitulasi Keunggulan Taksi Gemah Ripah dan Taksi <i>Online</i>	IV-8
Tabel IV.2 Rekapitulasi Usulan Perbaikan	IV-23
Tabel IV.3 Rekapitulasi Opini Manajemen terhadap Usulan Perbaikan	IV-27

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 <i>Trend</i> Perubahan Jumlah Armada Taksi Gemah Ripah yang Tidak Beroperasi Tahun 2016	I-3
Gambar I.2 Proporsi Segmen Konsumen Taksi di Bandung	I-4
Gambar I.3 Metodologi Penelitian	I-9
Gambar II.1 Skema Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsumen dalam Melakukan Keputusan Pembelian	II-3
Gambar II.2 Konsep Produk Keseluruhan	II-10
Gambar III.1 <i>Scree Plot</i>	III-14
Gambar III.2 Presentase Profil Usia Responden	III-19
Gambar III.3 Presentase Profil Jenis Kelamin Responden	III-20
Gambar III.4 Presentase Profil Status Responden	III-21
Gambar III.5 Presentase Profil Pendidikan Terakhir Responden	III-22
Gambar III.6 Presentase Profil Pekerjaan Responden	III-23
Gambar III.7 Presentase Profil Penghasilan Per Bulan Responden	III-24
Gambar III.8 Presentase Profil Jumlah Orang yang Menjadi Tanggungan Responden	III-25
Gambar III.9 Presentase Profil Klasifikasi Pengguna <i>Smartphone</i> Responden	III-26
Gambar III.10 Presentase Profil Klasifikasi Pemilik Aplikasi Taksi Responden	III-27
Gambar III.11 Presentase Waktu Responden Menggunakan Taksi	III-28
Gambar III.12 Presentase Rekan Berpergian Responden	III-29
Gambar III.13 Pemetaan Atribut	III-40
Gambar III.14 Pemetaan Taksi	III-41
Gambar III.15 Pemetaan Keseluruhan	III-42

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A : HASIL WAWANCARA IDENTIFIKASI ATRIBUT

LAMPIRAN B : KUESIONER PENELITIAN

LAMPIRAN C : REKAPITULASI DATA PROFIL RESPONDEN

LAMPIRAN D : REKAPITULASI DATA KUESIONER BAGIAN KEDUA

LAMPIRAN E : REKAPITULASI DATA KUESIONER BAGIAN KETIGA

BAB I

PENDAHULUAN

Pada bab ini akan dijelaskan latar belakang masalah, identifikasi dan perumusan masalah, pembatasan masalah dan asumsi penelitian. Selain itu akan dijabarkan pula mengenai tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian dan sistematika penulisan.

I. Latar Belakang Masalah

Pada zaman ini, perkembangan jumlah penduduk di berbagai daerah semakin pesat, sehingga tingkat mobilitas penduduk pun terus meningkat. Bandung merupakan kota yang memiliki perkembangan jumlah penduduk yang cukup pesat, tingkat mobilitas di kota Bandung pun tentunya semakin meningkat. Orang-orang dengan berbagai aktivitasnya memerlukan mobilitas yang didukung dengan sarana transportasi. Tidak semua orang memiliki kendaraan pribadi, oleh karena itu banyak orang yang menggunakan transportasi umum untuk berpergian dari suatu tempat ke tempat lainnya.

Banyak orang yang lebih menyukai sarana transportasi umum yang lebih pribadi, salah satu contohnya adalah taksi. Taksi merupakan salah satu sarana transportasi yang digunakan untuk umum. Taksi beroperasi seperti mobil pribadi dan mengantar konsumen yang telah memesan taksi tersebut secara pribadi. Taksi memiliki banyak peminat, dikarenakan konsumen dapat merasakan kenyamanan dan tidak harus berbagi kursi dengan konsumen lain yang tidak dikenal.

Harga yang lebih mahal dibandingkan transportasi umum lainnya seperti angkot atau bus kota, dianggap sebanding dengan kenyamanan yang didapatkan, sehingga peminat taksi pun tetap banyak. Berdasarkan hal tersebut, semakin banyak bermunculan usaha transportasi taksi. Persaingan dalam industri transportasi taksi pun semakin ketat, tidak terkecuali di Bandung, salah satu faktornya dikarenakan bermunculan usaha taksi *online*, contohnya Uber, Go Car, dan Grab Car, yang semakin “menggerus” kejayaan dari taksi konvensional,

contohnya Gemah Ripah, *Blue Bird*, Cipaganti, dan AA Taksi, yang telah terlebih dahulu hadir dalam industri taksi.

Taksi *online* berbeda dengan taksi konvensional, dikarenakan taksi *online* tidak memiliki kantor fisik yang dikhususkan untuk menampung kendaraan-kendaraan taksinya. Selain itu, kendaraan yang digunakan oleh taksi *online* merupakan kendaraan pribadi dari supir taksi dan tidak dicat secara khusus sebagai penanda taksi dari perusahaan yang bersangkutan. Taksi *online* beroperasi apabila terdapat konsumen yang memesan taksi *online* melalui aplikasi taksi *online* tersebut.

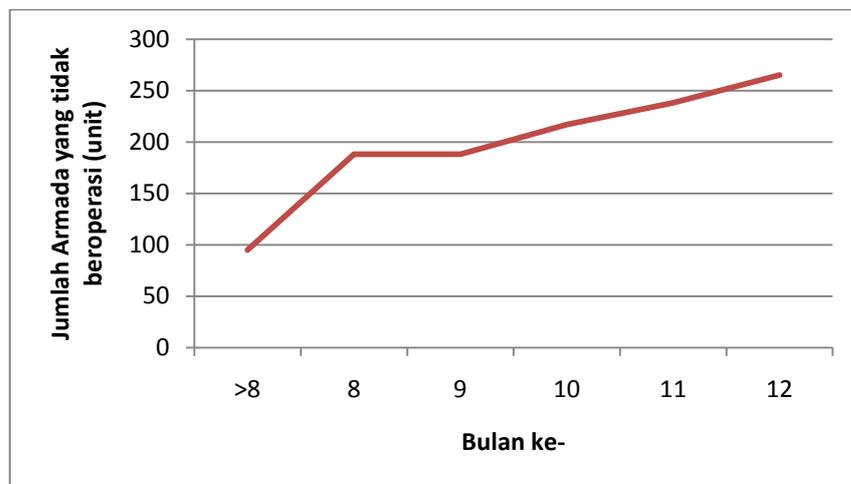
Keberadaan taksi *online* dapat menyebabkan penurunan jumlah konsumen untuk taksi konvensional. Hal tersebut semakin diperkuat dengan semakin banyaknya orang yang memiliki *smartphone* dan dapat dengan mudah mengunduh aplikasi taksi *online*. Berdasarkan hal-hal yang telah dipaparkan tersebut, perusahaan taksi konvensional tidak bisa hanya diam saja dan tidak menanggapi keadaan tersebut. Persaingan yang semakin ketat di perindustrian taksi, menuntut agar perusahaan taksi harus memiliki keunggulan agar dapat bersaing dan bertahan dalam industri taksi.

Pemilihan perusahaan taksi Gemah Ripah sebagai objek penelitian, dikarenakan perusahaan taksi Gemah Ripah memiliki potensi yang tinggi untuk dapat unggul dan bersaing dalam industri taksi, khususnya di Bandung. Alasan lainnya, yaitu perusahaan taksi Gemah Ripah memiliki kinerja dan reputasi yang masih dibawah taksi konvensional lainnya di Bandung, seperti *Blue Bird*. Hal tersebut dikarenakan taksi Gemah Ripah kurang dapat beradaptasi dengan cepat dalam situasi persaingan taksi di kota Bandung yang semakin ketat.

Perusahaan taksi konvensional, seperti taksi Gemah Ripah ikut terpengaruh kinerjanya disebabkan oleh kondisi persaingan taksi, dan semakin diperburuk dengan bermunculan usaha taksi *online*. Penurunan jumlah konsumen menjadi penyebab menurunnya kinerja taksi Gemah Ripah. Penurunan jumlah konsumen berarti bahwa terjadi penurunan jumlah *demand* atau permintaan, dan menyebabkan penurunan jumlah armada taksi yang beroperasi.

Seperti yang dikatakan oleh pemilik dari taksi Gemah Ripah, bahwa peminat taksi Gemah Ripah saat ini menjadi menurun mencapai 50% semenjak munculnya taksi *online*. Peningkatan jumlah armada taksi Gemah Ripah yang

tidak beroperasi menunjukkan jumlah penurunan konsumen taksi Gemah Ripah yang semakin meningkat. Hal ini dikhawatirkan akan terus berlanjut dan menjadi permasalahan yang serius untuk perusahaan taksi Gemah Ripah, dan dapat berujung pada bangkrutnya perusahaan taksi Gemah Ripah. Berikut ini merupakan data yang menggambarkan penurunan jumlah konsumen taksi Gemah Ripah, yang ditunjukkan dari meningkatnya proporsi armada taksi Gemah Ripah yang tidak beroperasi.



Gambar I.1 *Trend* Perubahan Jumlah Armada Taksi Gemah Ripah yang Tidak Beroperasi Tahun 2016

Jumlah total armada taksi yang dimiliki oleh Gemah Ripah adalah 513 unit. Peningkatan jumlah armada yang tidak beroperasi meningkat drastis semenjak selesainya bulan ramadhan, yaitu mulai bulan Agustus 2016. Berdasarkan data yang didapatkan, dapat diketahui proporsi armada yang tidak beroperasi atau sama dengan proporsi penurunan jumlah konsumen. Permasalahan dapat dilihat pula dari proporsi jumlah konsumen taksi Gemah Ripah yang semakin menurun.

Tabel I.1 Proporsi Taksi yang Tidak Beroperasi

Bulan ke-	Jumlah Armada Taksi yang Tidak Beroperasi (unit)	Proporsi Taksi yang Tidak Beroperasi	Proporsi Jumlah Konsumen
>8	95	18,52%	81,48%
8	188	36,65%	63,35%
9	188	36,65%	63,35%

(Lanjut)

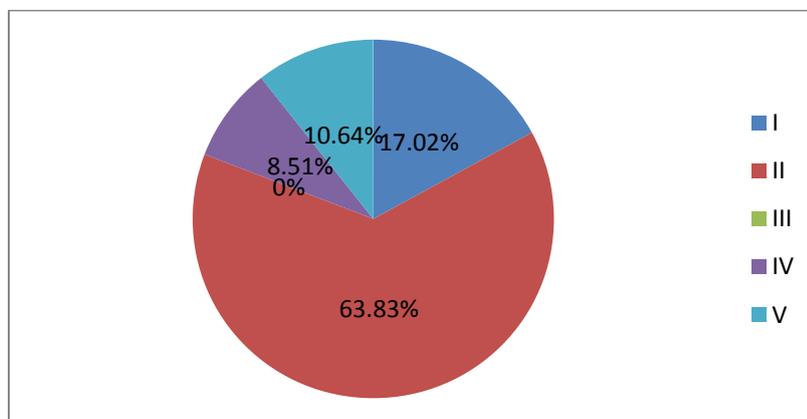
Tabel I.1 Proporsi Taksi yang Tidak Beroperasi (Lanjutan)

Bulan ke-	Jumlah Armada Taksi yang Tidak Beroperasi (unit)	Proporsi Taksi yang Tidak Beroperasi	Proporsi Jumlah Konsumen
10	217	42,30%	57,70%
11	238	46,39%	53,61%
12	265	51,66%	48,34%

Berdasarkan Tabel I.1 dapat dilihat proporsi taksi Gemah Ripah yang tidak beroperasi terus meningkat setiap bulannya. Armada taksi yang tidak beroperasi disebabkan karena menurunnya *demand* terhadap taksi Gemah Ripah. Armada taksi yang tidak beroperasi tidak disebabkan karena kerusakan pada unit taksi.

Peningkatan jumlah armada taksi Gemah Ripah yang tidak beroperasi dapat terus bertambah dan hal ini tidak dapat dibiarkan. Dampak yang didapatkan oleh perusahaan apabila perusahaan tidak segera melakukan upaya perbaikan adalah jumlah konsumen dapat semakin menurun. Hal tersebut dapat berdampak pada semakin meningkatnya jumlah armada taksi Gemah Ripah yang tidak beroperasi, dan dapat menyebabkan perusahaan tidak dapat bertahan dalam persaingan industri taksi khususnya di Bandung.

Sebelumnya harus dilakukan survei awal untuk mengetahui proporsi konsumen taksi yang akan memilih jenis taksi konvensional dan taksi *online*. Dari wawancara singkat yang dilakukan pada 47 konsumen yang sudah pernah menggunakan taksi konvensional dan taksi *online* secara umum di kota Bandung, berikut ini merupakan hasil wawancara singkat konsumen taksi di Bandung.



Gambar I.2 Proporsi Segmen Konsumen Taksi di Bandung

Segmen ke-1 merupakan konsumen yang lebih memilih taksi *online* dan tidak akan menggunakan taksi konvensional. Segmen ke-2 merupakan konsumen yang memilih taksi *online* sebagai prioritas utama namun akan tetap menggunakan taksi konvensional juga. Segmen ke-3 merupakan konsumen yang lebih memilih taksi konvensional dan tidak akan menggunakan taksi *online*. Segmen ke-4 adalah konsumen yang lebih memilih taksi konvensional sebagai prioritas utama dan namun akan menggunakan taksi *online* juga. Segmen ke-5 merupakan konsumen yang merasa sama saja antara menggunakan taksi konvensional maupun taksi *online*. Alasan konsumen dalam segmen ke-2 yang masih akan menggunakan taksi konvensional sebagai prioritas ke-2, dikarenakan aplikasi taksi *online* konsumen tidak dapat berfungsi dengan baik dan apabila konsumen ingin memesan taksi dari jauh hari.

Dari Gambar 1.2, diketahui bahwa 17,02% persen konsumen termasuk dalam segmen ke-1, 63,83% konsumen termasuk dalam segmen ke-2, dan tidak ada konsumen yang masuk dalam segmen ke-3, 8,51% konsumen masuk dalam segmen ke-4, dan 10,64% konsumen masuk dalam segmen ke-5. Hal tersebut menunjukkan bahwa taksi konvensional masih memiliki kesempatan untuk bersaing dalam industri taksi, yang ditunjukkan dari total 82,98% konsumen taksi di Bandung masih akan memilih taksi konvensional.

I.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah

Jenis usaha taksi *online* membuat persaingan dalam industri taksi semakin sengit. Taksi konvensional dan taksi *online* terus berusaha untuk dapat unggul dan bertahan dalam industri taksi. Keberadaan taksi *online* dapat menggeser keberadaan dari taksi konvensional.

Permasalahan akan menurunnya jumlah konsumen yang berakibat pada meningkatnya jumlah armada taksi yang tidak beroperasi telah disadari oleh perusahaan. Dalam menghadapi situasi kenaikan jumlah armada taksi yang tidak beroperasi, perusahaan taksi Gemah Ripah hanya melakukan upaya yang bersifat intuitif berupa pengecekan dan melengkapi fasilitas mobil taksi. Upaya lain yang dilakukan taksi Gemah Ripah adalah dengan memperbaiki etika supir dalam berkendara, untuk mendapatkan kepuasan konsumen dan mendapatkan kepercayaan masyarakat.

Melalui upaya-upaya yang sudah dilakukan tersebut, perusahaan taksi Gemah Ripah tidak merasakan adanya hasil dalam memperbaiki situasi yang terjadi. Hal tersebut dikarenakan upaya-upaya yang dilakukan oleh perusahaan tidak didasarkan pada data-data dari riset pasar, sehingga perusahaan tidak dapat melakukan sebuah upaya perbaikan yang efektif dan efisien.

Menurut ketua operasional dari perusahaan taksi Gemah Ripah, pihak perusahaan merasa masyarakat tidak terpengaruh dengan upaya-upaya perbaikan yang dilakukan. Hal tersebut dikarenakan munculnya bisnis taksi *online* yang lebih mendominasi jalanan, dan perusahaan taksi Gemah Ripah merasakan persaingan yang dihadapi ini bersifat tidak resmi, dikarenakan menurut perusahaan taksi Gemah Ripah, taksi *online* merupakan jenis bisnis taksi yang tidak resmi.

Pihak perusahaan merasa bingung apakah masih dapat dilakukan perbaikan lain sebagai upaya untuk mengantisipasi permasalahan yang dihadapi. Pihak perusahaan merasa upaya-upaya yang telah dilakukan sudah maksimal, sehingga pihak perusahaan merasa hanya perlu untuk bertahan di industri taksi dengan usaha yang apa adanya. Namun, perusahaan ingin melakukan upaya perbaikan lainnya apabila ditemukan solusi lain dalam mengantisipasi permasalahan yang terjadi.

Dalam melakukan upaya perbaikan yang tepat, pihak perusahaan harus mengetahui faktor-faktor apa saja yang menjadi pertimbangan konsumen taksi dalam memilih jenis taksi antara taksi *online* dengan taksi konvensional. Oleh karena itu perlu dilakukan penelitian untuk mengetahui faktor-faktor yang menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih jenis taksi. Hal tersebut bertujuan agar perusahaan dapat fokus melakukan perbaikan sesuai aspek yang penting menurut konsumen.

Selain itu dalam penelitian, perusahaan Gemah Ripah akan dibandingkan dengan perusahaan taksi *online* untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan dari taksi Gemah Ripah dibandingkan dengan taksi *online* pada umumnya yang beredar di Bandung. Dengan dilakukannya penelitian diharapkan perusahaan taksi Gemah Ripah dapat melakukan perbaikan yang tepat untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi.

Dengan fokus pada aspek tertentu dan mengetahui kelebihan dan kekurangan, perusahaan taksi konvensional Gemah Ripah dapat mengetahui

solusi yang efektif dan efisien, dan dapat dilakukan upaya sebagai antisipasi dari permasalahan yang dihadapi. Berdasarkan uraian identifikasi permasalahan yang telah dibahas sebelumnya, berikut ini merupakan rumusan masalah yang digunakan.

1. Apa saja faktor-faktor yang menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih jenis taksi?
2. Bagaimana perbandingan antara taksi konvensional Gemah Ripah dengan taksi *online* pada umumnya di Bandung?
3. Apa saja usulan perbaikan yang dapat dilakukan oleh perusahaan taksi Gemah Ripah?

I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi Penelitian

Pada penelitian yang dilakukan perlu dilakukan pembatasan masalah dan penentuan asumsi yang digunakan pada penelitian. Penentuan batasan bertujuan untuk mengetahui ruang lingkup penelitian, yaitu dengan menentukan hal-hal yang dapat dikendalikan. Berikut ini merupakan batasan yang ditentukan dalam penelitian.

1. Penelitian dilakukan pada perusahaan taksi konvensional Gemah Ripah yang berada di Bandung.
2. Responden untuk penelitian adalah orang-orang yang sudah pernah menggunakan layanan taksi konvensional dan taksi *online* di Bandung, dan responden yang sudah pernah menggunakan layanan taksi Gemah Ripah.
3. Usulan yang diberikan, tidak sampai tahap pengimplementasian.

Asumsi digunakan agar penelitian dapat lebih jelas dan sederhana, dibandingkan dengan sistem nyata, yaitu dengan menentukan hal-hal yang tidak dapat dikendalikan. Berikut ini merupakan asumsi-asumsi yang digunakan dalam penelitian.

1. Kondisi perusahaan taksi Gemah Ripah dan taksi *online* secara umum di Bandung, tidak berubah selama dilakukannya penelitian.
2. Tidak terjadi perubahan kebijakan dan manajemen perusahaan taksi selama dilakukannya penelitian.

I.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijabarkan sebelumnya, dapat ditentukan tujuan yang hendak dicapai dari penelitian. Berikut ini merupakan tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian.

1. Mengetahui faktor-faktor yang menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih jenis taksi.
2. Mengetahui perbandingan antara taksi konvensional Gemah Ripah dengan taksi *online* pada umumnya di Bandung.
3. Mengetahui usulan perbaikan yang dapat dilakukan oleh perusahaan taksi Gemah Ripah.

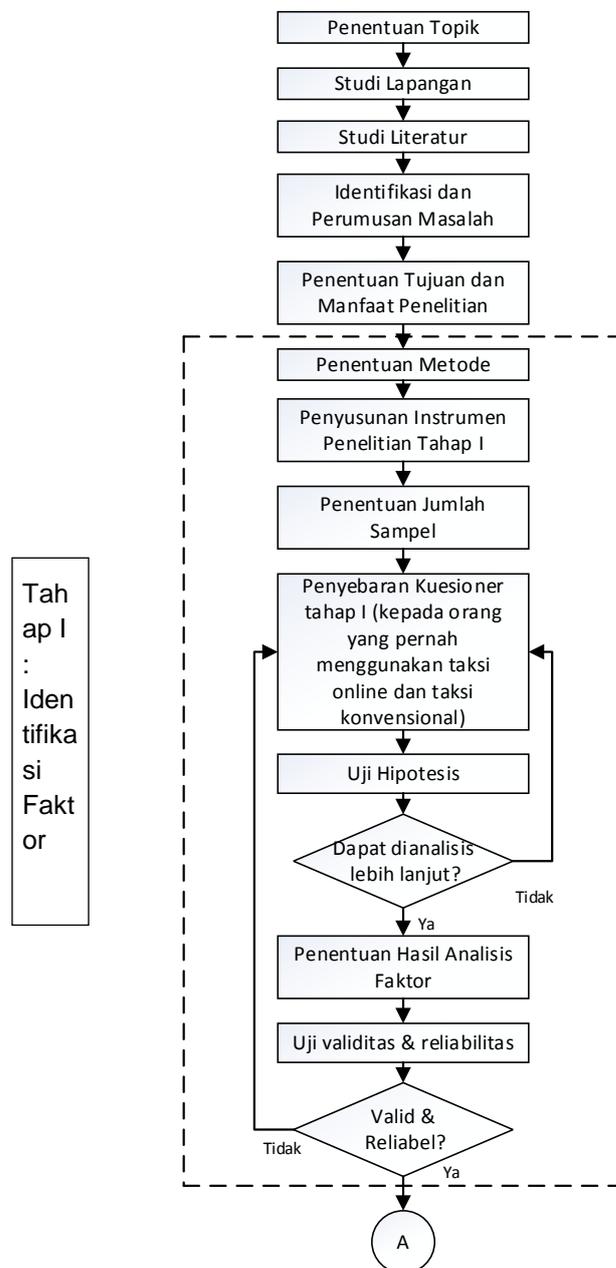
I.5 Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan memiliki beberapa manfaat. Manfaat yang ditujukan adalah untuk pengembangan keilmuan dan untuk pemilik masalah, dalam hal ini untuk perusahaan taksi Gemah Ripah. Berikut ini merupakan beberapa manfaat yang diharapkan dapat berguna:

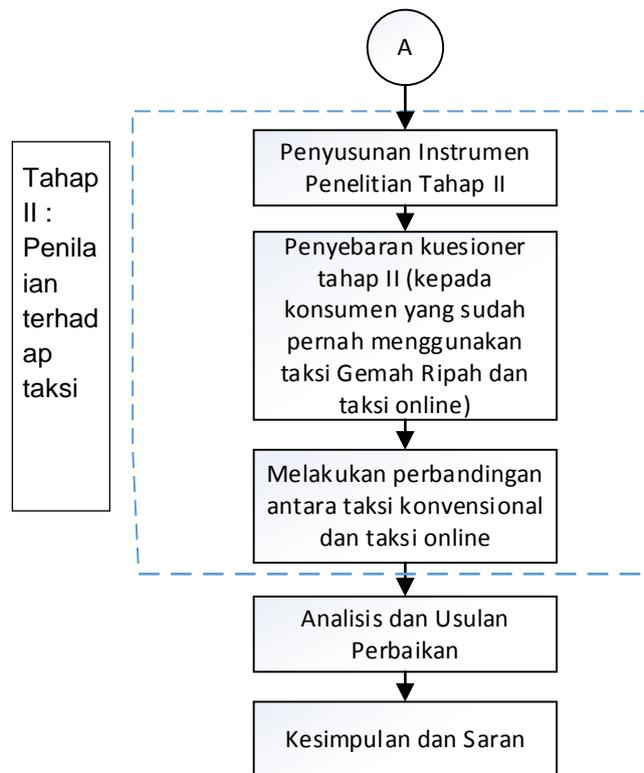
1. Bagi Pengembangan Keilmuan
 - a. Dapat menambah wawasan mengenai perilaku konsumen dalam memilih jenis taksi, menggunakan metode penelitian.
 - b. Dapat menambah wawasan mengenai aplikasi ilmu perilaku konsumen dalam sebuah bisnis, terutama bisnis taksi.
 - c. Dapat dijadikan referensi untuk penelitian yang serupa.
2. Bagi Pemilik Masalah
 - a. Perusahaan dapat mengetahui faktor-faktor penting yang dipertimbangkan konsumen dalam memilih jenis taksi yang digunakan. Selain itu, perusahaan dapat mengetahui kelebihan dan kekurangan perusahaan taksinya di mata masyarakat, dan perbandingannya dengan taksi *online*, yang mungkin sebelumnya tidak terdeteksi oleh perusahaan.
 - b. Perusahaan dapat melakukan perbaikan yang dibutuhkan dan meningkatkan kelebihan-kelebihan yang dimiliki, berdasarkan hasil penelitian dan solusi yang diberikan.
 - c. Perusahaan dapat meningkatkan keuntungan yang diperoleh dari kegiatan bisnis yang telah diperbaiki, berdasarkan solusi yang diberikan.

I.6 Metodologi Penelitian

Dalam melakukan penelitian diperlukan metodologi yang menjabarkan tahap-tahap yang harus dilakukan. Tahap penelitian yang dilakukan terbagi menjadi dua tahap. Tahap pertama untuk menganalisis faktor apa saja yang dipertimbangkan konsumen dalam memilih jenis taksi, dan tahap kedua untuk mengetahui kekurangan dan kelebihan antar taksi. Berikut ini merupakan metodologi penelitian yang digunakan mulai dari awal hingga akhir penelitian.



Gambar I.3 Metodologi Penelitian



Gambar 1.3 Metodologi Penelitian

Gambar diatas menampilkan langkah-langkah yang harus dilakukan dalam penelitian. Berikut ini merupakan penjabaran dari langkah-langkah dalam metodologi penelitian.

1. Penentuan Topik

Sebelum melakukan penelitian, harus ditentukan terlebih dahulu topik yang akan diteliti yang berkaitan dengan permasalahan yang ada. Topik yang akan diteliti pada penelitian ini yaitu faktor-faktor yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam memilih jenis taksi, antara taksi konvensional dengan *online*.

2. Studi Lapangan

Studi lapangan adalah melihat atau melakukan observasi terhadap keadaan permasalahan yang terjadi. Pada penelitian kali ini adalah observasi fenomena dimana banyaknya bermunculan usaha taksi *online* yang kian menggeser keberadaan taksi konvensional. Studi lapangan juga dilakukan dengan melihat secara langsung kondisi perusahaan taksi konvensional Gemah Ripah yang menjadi objek penelitian dan

melakukan wawancara dengan pihak yang bertanggung jawab di perusahaan taksi Gemah Ripah.

3. Studi Literatur

Studi literatur digunakan untuk mendapatkan landasan teori yang berhubungan dengan topik yang akan diteliti. Pada langkah ini, termasuk mempelajari data bukti adanya permasalahan dalam perusahaan dan menentukan data-data lain yang diperlukan dalam penelitian.

4. Identifikasi dan Perumusan Masalah

Pada langkah ini identifikasi masalah dilakukan berdasarkan hasil wawancara, data perusahaan, dan studi literatur yang telah dilakukan. Kemudian ditetapkan rumusan masalah yang terkait dengan penelitian faktor-faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam memilih jenis taksi.

5. Penentuan Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan penelitian didasarkan pada rumusan masalah yang telah ditentukan. Manfaat penelitian dijabarkan bagi pengembangan keilmuan, dan bagi pemilik masalah (pengambil keputusan) yang bersifat jangka panjang.

6. Penentuan Metode Analisis Faktor

Dalam mengolah data penelitian diperlukan metode yang sesuai. Metode yang digunakan untuk mengetahui faktor-faktor yang menjadi pertimbangan konsumen adalah dengan analisis faktor.

7. Penyusunan Instrumen Penelitian Tahap I

Setelah mengetahui metode yang digunakan dalam penelitian, selanjutnya dilakukan penentuan instrumen penelitian.

8. Penentuan Jumlah Sampel

Jumlah sampel ditentukan untuk melakukan metode pengambilan sampel dalam penelitian. Jumlah sampel berhubungan dengan banyaknya responden yang akan mengisi kuesioner penelitian.

9. Penyebaran Kuesioner Tahap I

Kuesioner digunakan sebagai instrumen dalam penelitian guna mendapatkan data yang diperlukan untuk mengetahui faktor-faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam memilih jenis taksi. Konsumen yang dipilih sebagai responden adalah konsumen yang sudah pernah

menggunakan taksi *online* dan taksi konvensional secara umum di Bandung.

10. Uji Hipotesis.

Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui apakah atribut dan sampel yang didapatkan, sudah bisa dianalisis lebih lanjut atau tidak. Uji hipotesis dilihat dari nilai signifikansi dan nilai MSA (*Measure of Sampling Adequacy*).

11. Penentuan Hasil Analisis Faktor

Berdasarkan hasil *output* pengolahan data menggunakan SPSS, dapat diketahui hasil akhir faktor-faktor yang menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih jenis taksi antara taksi konvensional dengan taksi *online*.

12. Uji Validitas dan Reliabilitas

Pada tahap ini dilakukan uji validitas untuk mengetahui apakah instrumen penelitian dan atribut yang digunakan telah valid atau tidak. Dilakukan pula uji reliabilitas untuk mengetahui apakah instrumen penelitian yang digunakan reliabel atau tidak.

13. Penentuan Instrumen Penelitian Tahap II

Sebelum melakukan penelitian tahap II, dilakukan penentuan instrumen penelitian untuk tahap ini. Penentuan

14. Penyebaran Kuesioner Tahap II

Kuesioner disebar kepada konsumen yang sudah pernah menggunakan taksi Gemah Ripah dan taksi *online* Bandung dan dapat melakukan penilaian.

15. Melakukan Perbandingan antara Taksi Konvensional dan Taksi *Online*

Dari faktor-faktor yang telah diketahui maka dilakukan perbandingan antara taksi konvensional dengan taksi *online*. Akan diketahui kelebihan dan kekurangan dari taksi Gemah Ripah dengan taksi *online* secara umum.

16. Analisis dan Usulan Perbaikan

Analisis dilakukan untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap taksi Gemah Ripah dan taksi *online* di Bandung. Kelebihan dan kekurangan taksi konvensional Gemah Ripah kemudian dianalisis untuk mendapatkan usulan perbaikan yang tepat untuk perusahaan taksi Gemah Ripah.

17. Kesimpulan dan Saran

Pada tahap ini dijabarkan kesimpulan dari hasil penelitian sesuai dengan tujuan yang hendak dicapai dari penelitian. Diberikan pula saran guna perbaikan dalam penelitian yang serupa di masa yang akan datang.

I.7 Sistematika Penulisan

Dalam bagian ini akan dijabarkan sistematika penulisan untuk mempermudah dalam memahami isi dari penelitian. Pembuatan isi dari penelitian terdiri lima bagian. Berikut ini merupakan sistematika penulisan dari penelitian.

BAB I PENDAHULUAN

Pada bagian ini berisi pendahuluan mengenai penelitian yang dilakukan. Pendahuluan meliputi latar belakang masalah, identifikasi dan perumusan masalah. Setelah dilakukan perumusan masalah, dilakukan pembuatan batasan dan asumsi yang digunakan dalam penelitian ini, dan dilanjutkan dengan tujuan penelitian. Dijabarkan pula manfaat penelitian, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan penelitian ini.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan pustaka berisi referensi dan teori-teori yang digunakan untuk membantu atau menunjang dalam pengerjaan penelitian ini. Pada bab ini ditampilkan gambar-gambar yang berkaitan dengan teori yang digunakan. Tinjauan pustaka berisi pula persamaan-persamaan yang digunakan dalam pengolahan data.

BAB III PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Bagian ini berisi hasil pengumpulan data serta informasi yang dikumpulkan untuk melakukan penelitian. Data dan informasi yang dikumpulkan kemudian diolah dengan langkah-langkah terstruktur untuk mendapatkan jawaban atas perumusan masalah yang dibuat. Pengolahan data yang dilakukan terbagi menjadi dua tahap yaitu analisis faktor dan pemetaan persaingan.

BAB IV ANALISIS

Bagian ini berisi analisis terhadap proses yang dilakukan selama penelitian dan pengumpulan data. Setelah itu dilakukan analisis terhadap hasil pengolahan data untuk memperoleh usulan terhadap objek pengamatan. Pada bab ini dijabarkan usulan perbaikan yang diberikan bagi perusahaan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bagian ini berisi kesimpulan proses penelitian dari awal hingga akhir. Setelah dilakukan proses penarikan kesimpulan, dilakukan pemberian saran untuk penelitian berikutnya. Saran diberikan pula bagi perusahaan yang diteliti.