



## BAB I

### PENDAHULUAN

© Hak cipta dimiliki IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

*Bluebird* merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang transportasi terbesar di Indonesia dan sudah menjadi sebuah perusahaan yang menyediakan moda transportasi andalan di Indonesia. *Bluebird* sendiri memulai perjalanannya pada tahun 1972 oleh Ibu Mutiara Siti Fatimah Djokosoetono yang merupakan sebuah Ibu dan juga seorang dosen yang mengajar hukum di Universitas Indonesia, dan pada tahun itu Ibu Mutiara Djokosoetono memulai perjalanan usaha *Bluebird* dengan modal awal yakni 25 Holden Torana sebagai armada yang beroperasi pada area *Bluebird* pertama kali menampakan eksistensi, yakni kota Jakarta. *Bluebird* juga mulai beroperasi dengan menggunakan standar yakni sistem argometer yang menjadi sebuah dasar tarifnya.

Gambar 1.1

#### 25 Armada *Bluebird* Pertama pada Tahun 1972



Sumber: *Blue Bird Group*, 1972,

*History of Bluebird*

( <https://www.bluebirdgroup.com/about/history?lang=id>)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

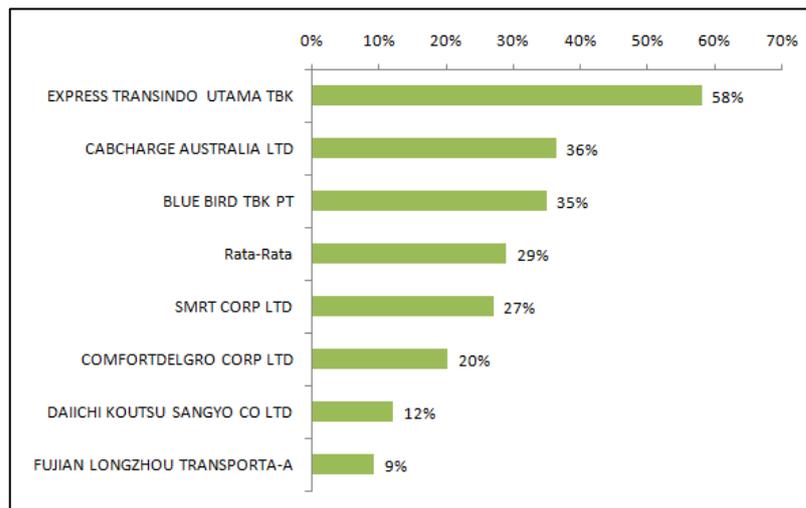
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Dimulai pada tahun 1972, seiring perjalanan waktu, *Bluebird* juga mengekspansi produknya yang awalnya dimulai dengan transportasi berbentuk taksi, hingga sekarang *Bluebird* telah mempunyai banyak lini produk di industri transportasi yang sangat bervariasi dan sangat mencakup kebutuhan masyarakat yang bermobilitas dengan segala bentuk jenis kegiatannya. Selain itu *Bluebird* yang awalnya hanya beroperasi di daerah kota Jakarta saja, sudah mengekspansi area operasinya pada sekarang ini sampai pada seluruh kota yang memiliki mobilitas di Indonesia ini, meliputi Bali, Lombok, Surabaya, dan banyak lainnya.

Gambar 1.2

Grafik Marjin EBITDA di Perusahaan Taksi Asia Pasifik



Sumber: Bareksa, 2014, Pendapatan Blue Bird Rp4 Triliun,

Keuntungan Express Tertinggi di Asia Pasifik

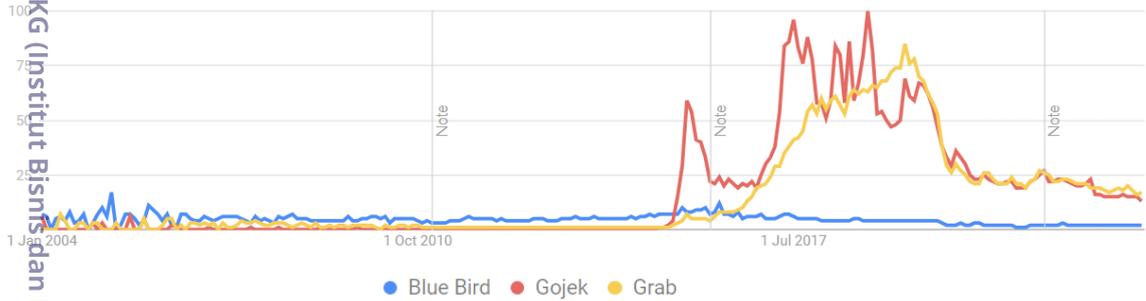
(<https://www.bareksa.com/berita/berita-ekonomi-terkini/2016-02-23/pendapatan-blue-bird-rp4-triliun-keuntungan-express-tertinggi-di-asia-pasifik>)

*Bluebird* pernah menjadi salah satu perusahaan andalan di bidang taksi di area asia pasifik pada tahun 2014, dimana *Bluebird* menunjukkan bahwa perusahaan memiliki marjin EBITDA yang melebihi rata-rata di dalam industrinya serta membuat bahwa

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

selain *Bluebird* sendiri telah lama hadir di masyarakat, namun juga *Bluebird* merupakan sebuah produk yang terkemuka dilihat dari *EBITDA margin* yang diterima sebesar 35% dibandingkan dengan rata-rata industri yakni 29%.

**Gambar 1.3**  
**Trend Pencarian *Bluebird* Vs Gojek Vs Grab**



Sumber: *Google Inc., Google Trend, 2023*

(<https://trends.google.com/trends/explore?date=today%205y&geo=ID&q=Grab,Gojek,Bluebird&hl=en-GB>)

Kehadiran pesaing pada era teknologi telah membawakan disrupsi terhadap perusahaan yang berbasis transportasi ini, baik secara performa maupun reputasi di masyarakat yang didasari oleh peminatan yang banyak sekali kepada inovasi baru ini.

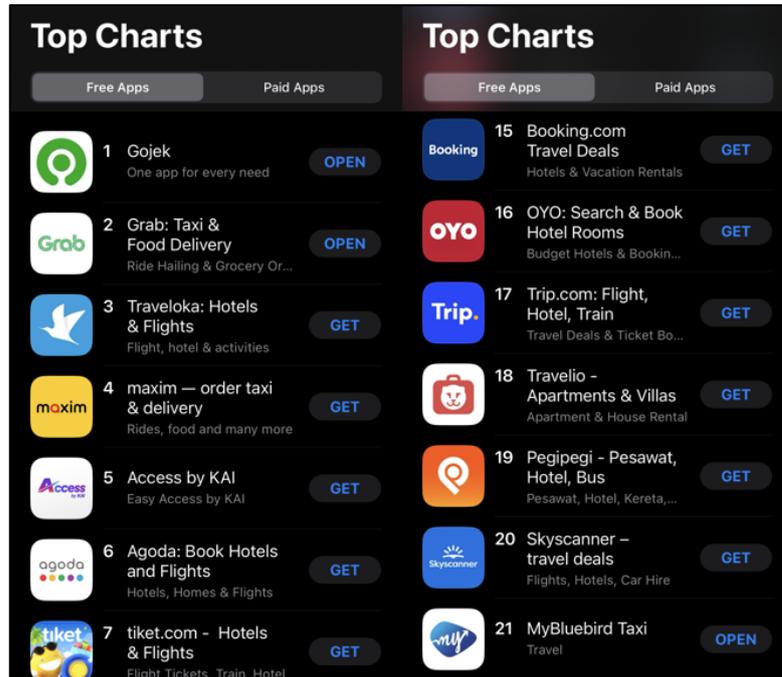
Adapun pada awal datangnya pesaing ini sangat membuat kondisi perusahaan sangat tertutupi oleh eksistensi kompetitor seperti pada *trend* pencarian mengenai pesaing dan perusahaan dan ditunjukkan bahwa *Bluebird* sendiri telah didahului oleh pesaing. Hal ini juga diindikasikan dengan *trend* dari *Bluebird* sendiri dengan kompetitor yang dimana terlihat kesenjangan secara *trend* sejak dimulainya era disrupsi.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Gambar 1.4

Gambar Aplikasi Travel dan Transportasi Yang Paling Diminati di App Store



Sumber: App Store, 2023, *Top Chart of Travel and Accomodation*  
(<https://www.apple.com/id/app-store/>)

Langkah untuk mengikuti perkembangan zaman pun telah *Bluebird* ikuti dengan meluncurkan aplikasi berbasis digital sebagai salah satu saluran pemesanan *Bluebird* di telepon genggam, yakni aplikasi *MyBluebird*. Adapun *MyBluebird* ini telah diluncurkan sejak 2016 untuk menghadapi persaingan di industri, namun dalam halnya, hingga sekarang, Aplikasi yang diluncurkan tersebut, untuk menyaingi para kompetitor tetap saja tidak bisa menyaingi kompetitor di dalam jumlah yang amat besar dengan ditunjukkan bahwa persaingan di dalam telepon genggam terlihat jauh seberapa besar kesenjangan di mana para pesaing lebih tinggi dalam menempati *top chart* dibandingkan dengan *MyBluebird* yang hanya menempati nomor 21 di *top chart* di dalam pengunduhan aplikasi travel dan transportasi

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie  
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



**Tabel 1.1**

**Komparasi Laporan Keuangan *Bluebird* 2019-2020 (Dalam Jutaan Rupiah)**

| Keterangan  | 2020      | 2019      |
|---|-----------|-----------|
| Pendapatan Neto / <i>Net Revenues</i>   | 2.046.660 | 4.047.691 |
| Beban Langsung / <i>Direct Costs</i>  | 1.712.149 | 2.952.227 |
| Laba Bruto / <i>Gross Profit</i>  | 334.511   | 1.095.464 |
| Beban Usaha / <i>Operating Expenses</i>   | 561.547   | 723.515   |
| Laba (Rugi) Usaha / <i>Operating Income (Loss)</i>  | (227.036) | 371.949   |
| Pendapatan (Beban) Lain-Lain – Neto / <i>Other Income (Expenses) - Net</i>                | (63.462)  | 42.013    |
| Laba (Rugi) Tahun Berjalan / <i>Income (Loss) For the year</i>                            | (163.183) | 315.622   |
| Rugi Komprehensif Lain / <i>Other Comprehensive Loss</i>                                  | (9.396)   | (10.160)  |
| Laba (Rugi) Komprehensif Tahun Berjalan / <i>Comprehensive Income (Loss) for the year</i> | (172.579) | 305.462   |

Sumber: *Blue Bird Group*, 2020, Laporan Keuangan PT *Bluebird* Tbk

(<https://www.bluebirdgroup.com/about/annual-report?lang=id>)

Lain dari hal itu *Bluebird* mempunyai tantangan yang cukup berat dengan adanya fenomena COVID-19. Fenomena COVID-19 yang dimulai pada tahun 2020 pun merupakan salah satu tantangan terbesar yang dialami *Bluebird*, dikarenakan adanya kebijakan legal atau pemerintah yang bertujuan preventif dalam situasi pandemik tersebut, yang menyebabkan kepada penurunan performa dari *Bluebird* sendiri dimana tidak adanya mobilitas, yang merupakan sebuah kunci penawaran dari perusahaan berbasis pada transportasi ini. Menurut laporan keuangan perusahaan, *Bluebird* pada tahun 2020 rugi sebanyak 172 miliar dan sementara pada tahun 2019, *Bluebird* sendiri mengalami laba sebanyak 305 miliar, dimana pada tahun tersebut *Bluebird* sangat terpengaruh sekali oleh fenomena COVID-19.

1. Ditaring mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.  
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





pada sekarang ini pun tidak ragu terhadap *Bluebird* sendiri, mengingat bahwa *Bluebird* telah menemani masyarakat sejak dahulu dan masih eksis sekarang, hingga saat sekarang ini *Bluebird* pun juga telah mengikuti perkembangan pada jaman dunia digital ini dan tetap menjadi salah satu perusahaan di industri yang paling prima dan diandalkan.

Dengan adanya nilai yang *Bluebird* pegang secara profesional serta menetapkan sebuah standar di industri dengan tinggi membuat *Bluebird* berdiri sebagai perusahaan yang sangat mengerti sebuah nilai yang dicari oleh pelanggan, dan diselaraskan oleh inti dari sebuah bisnis selain dari untuk mendapatkan keuntungan, tetapi memberikan manfaat kepada konsumen, *Bluebird* telah berhasil menempatkan dirinya terhadap posisi bisnis yang tidak hanya focus kepada keuntungan (*profit-oriented*), namun juga memberikan yang terbaik dan tepat terhadap para pelanggan yang membuat suatu kepuasan terhadap pelanggan dan persepsi dari *Bluebird* sendiri yang merupakan sebuah produk yang dapat diandalkan. Hal ini membuat sebuah loyalitas konsumen turut ikut hadir terhadap salah satu aspek yang mungkin menjadi sebuah *output* bagi *Bluebird* sendiri, dan di dalam penelitian ini, loyalitas pelanggan *Bluebird* pun juga akan ditelaah lebih lanjut yang didasari oleh sejarah dan nilai yang *Bluebird* genggam di dalam kesehariannya sebagai sebuah entitas bisnis.

Dengan adanya kehadiran pesaing serta adanya fenomena yang mempengaruhi performa perusahaan, tentu saja akan mengakibatkan penurunan performa maupun perubahan perilaku konsumen, namun hingga sekarang ini, telah terbukti bahwa *Bluebird* masih hadir eksistensinya dan juga masih menjadi transportasi yang prima, dan hal itu didasari oleh strategi bisnis untuk menciptakan sebuah komunitas yang loyal terhadap perusahaan. Adapun guna mendapatkan sebuah loyalitas dari pelanggan, tentu saja diperlukan sebuah relasi antara bisnis dengan pelanggan dimana relasi ini akan membuat bisnis dan pelanggan lebih intim dan mengetahui lebih dalam mengenai hal-

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



hal yang bisnis ingin sampaikan yang kiranya akan memberikan sebuah nilai yang akan bisa diterima oleh pelanggan sebagai nilai yang dicari, Adapun upaya untuk menjaga relasi ini dikenal sebagai *customer relationship management* dan upaya ini pada zaman sekarang ini di dalam dunia berorientasi digital (*digital-based*) telah menyelaraskan kepada perangkat yang relevan seperti sosial media, *e-mail*, dan banyak lainnya yang perusahaan bisa lakukan kepada pelanggan, maka dari itu *customer relationship management* juga bisa menjadi salah satu aspek penting dalam melihat bagaimana pelanggan loyal atau tidak terhadap *Bluebird* sendiri.

Dalam segi loyalitas, tentunya perlu dilihat bahwa pelanggan loyal terhadap sesuatu jika sesuatu tersebut memiliki sebuah kejelasan adanya, *Bluebird* sendiri merupakan sebuah perusahaan yang telah hadir sangat lama dan masih eksis hingga sekarang, terlebih lagi juga menjadi perusahaan yang prima di dalam bidangnya, hal ini membuat *brand image* dari *Bluebird* sendiri merupakan hal yang patut diteliti jika ingin melihat dari aspek konsumen yang loyal terhadap *Bluebird* sendiri.

Adapun *customer relationship management* dan *brand image* ini merupakan sebuah alat yang sebuah bisnis gunakan untuk membentuk sebuah loyalitas pelanggan, dimana *customer relationship management* ini merupakan sebuah bentuk menjaga relasi terhadap konsumen dan *brand image* ini merupakan sebuah upaya untuk memberikan konsumen sebuah kepercayaan terhadap produk. Kedua ini menjadi esensi di dalam membentuk sebuah loyalitas dan kedua ini memberikan sebuah kekuatan terhadap bisnis dalam berupaya untuk membuat konsumen dengan percaya dan tanpa ragu terhadap bisnis maupun produk di dalam bisnis tersebut.

Beberapa penelitian mencakup variable di dalam penelitian ini, meliputi *customer relationship management*, *brand image*, yang merupakan sebuah variabel yang



menjadi titik utama di dalam penelitian ini yang berkaitan dengan loyalitas dari pelanggan *Bluebird*. Adapun penelitian yang disebut adalah sebagai berikut:

Kartika Imasari dan Kezia Kurniawati Nursalin (2011) dengan judul penelitian “Pengaruh *Customer Relationship Management* Terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT BCA Tbk ” dan dari hasilnya didapatkan bahwa *customer relationship management* mempengaruhi loyalitas pelanggan.

Fitri Anggriani dan Ruzikna (2016) dengan judul penelitian “ Pengaruh *Brand Image* Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Koran Harian Riau Pos” dan dari hasilnya didapatkan bahwa *brand image* memiliki pengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Dodi Putra Sirait (2018) dengan judul penelitian “ Pengaruh *Customer Relationship Management* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Matahari Club Card ” dan dari hasilnya didapatkan bahwa variable *Customer Relationship Management* (CRM) berpengaruh positif secara parsial dan simultan terhadap variable kepuasan pelanggan.

Miftakul Huda dan Nani Hartati (2021) dengan judul penelitian “ Pengaruh Kualitas Pelayanan, *Brand Image*, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa Transportasi Taksi *Bluebird* di Jakarta Barat” , dan didapatkan hasil bahwa kualitas pelayanan dan *brand image* tidak memberikan pengaruh positif dengan nilai untuk kualitas pelayanan yakni 0,122 dan *brand image* yakni 0,192 dan lebih besar dari 0,05, dan kepuasan pelanggan memberikan pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.



## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan pada latar belakang yang sudah dijelaskan mengenai profil, sejarah dan kaitanya dengan antar hal yang ingin diteliti, memunculkan beberapa pertanyaan yang bertujuan untuk mengidentifikasi penelitian dari beberapa masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana *Customer Relationship Management Bluebird* terhadap pelanggan?
2. Apakah *Customer Relationship Management* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan yang menggunakan *Bluebird*?
3. Apakah *brand image* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan yang menggunakan *Bluebird*?
4. Bagaimana *brand image Bluebird* di mata masyarakat?

## 1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan pada identifikasi masalah yang telah ditelaah, maka dari itu peneliti membatasi ruang lingkup dari permasalahan yang akan di teliti yang meliputi:

1. Apakah *Customer Relationship Management* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan yang menggunakan *Bluebird*?
2. Apakah *brand image* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan yang menggunakan *Bluebird*?

## 1.4 Batasan Penelitian

Batasan penelitian yang ditetapkan di dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Objek yang diteliti adalah taksi *Bluebird*
2. Subjek yang akan diteliti adalah masyarakat DKI Jakarta yang menggunakan taksi *Bluebird*.
3. Area yang menjadi pusat penelitian ialah DKI Jakarta



4. Variabel yang akan diteliti meliputi *Customer Relationship Management*, *brand image*, dan loyalitas pelanggan

### 1.5 Perumusan Masalah

Berdasarkan pada identifikasi masalah yang dibataskan dengan batasan masalah serta batasan penelitian yang sudah diterangkan di atas, maka dari itu perumusan masalah di dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: **Apakah *Customer Relationship Management* dan *Brand Image* berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan *Bluebird* di DKI Jakarta?**

### 1.6 Tujuan Penelitian

Melihat bahwa hal yang menjadi focus di dalam penelitian ini merupakan sebuah hal yang tidak terlihat secara kasat mata / *intangible*, yakni terdiri dari *customer relationship management*, *brand image*, dan loyalitas pelanggan, maka dari itu tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendapatkan gambaran mengenai :

1. Pengaruh *customer relationship management* terhadap loyalitas pelanggan pada *Bluebird*.
2. Pengaruh *brand image* terhadap loyalitas pelanggan pada *Bluebird*.

### 1.7 Manfaat Penelitian

Di dalam sebuah penelitian yang pernah dilakukan, sedang dilakukan, maupun akan dilakukan tentunya mempunyai suatu manfaat baik manfaat dari pribadi maupun manfaat dari pihak ketiga (*Third-Party*) untuk digunakan untuk memuat komunitas atau keadaan menjadi lebih positif di masa depan nanti. Adapun manfaat dari penelitian ini meliputi:



1. Manfaat praktis: hasil penelitian ini diharapkan bisa dijadikan dasar acuan sebagai strategi dalam mengembangkan strategi pemasaran di era digital baik dari perusahaan yang diteliti yakni *Bluebird* maupun perusahaan yang lainnya.
2. Manfaat teoritis: hasil penelitian ini diharapkan bisa dijadikan acuan bagi para peneliti yang ingin meneliti lebih lanjut mengenai topik pada penelitian ini, yang meliputi *customer relationship management* dan *brand image*, dan loyalitas pelanggan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
Hak Cipta milik IBI IKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.