

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Transportasi publik merupakan elemen utama dalam mendukung mobilitas masyarakat perkotaan sekaligus menjadi instrumen penting dalam pembangunan kota yang berkelanjutan. Di berbagai kota besar dunia, transportasi publik bukan sekedar hanya berperan sebagai transportasi, tetapi juga menjadi sarana pengendali kemacetan, pengurangan emisi, serta peningkatan efisiensi aktivitas ekonomi. Peningkatan urbanisasi yang terus terjadi menyebabkan kebutuhan mobilitas masyarakat semakin tinggi dan kompleks. Kondisi ini menuntut pemerintah daerah untuk menyediakan sistem transportasi publik yang terjangkau, mudah diakses, dan mampu bersaing dengan kendaraan pribadi. Tanpa pengelolaan transportasi publik yang baik, kota akan menghadapi permasalahan struktural berupa kemacetan dan penurunan kualitas lingkungan.

Di Indonesia, permasalahan transportasi perkotaan masih didominasi oleh tingginya ketergantungan masyarakat terhadap kendaraan pribadi. Data Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa sepeda motor masih menjadi moda transportasi utama masyarakat perkotaan karena dianggap praktis, fleksibel, dan relatif murah. Namun, dominasi kendaraan pribadi ini berdampak pada meningkatnya kepadatan lalu lintas, konsumsi bahan bakar, serta polusi udara. Kondisi tersebut mendorong pemerintah pusat dan daerah untuk mengembangkan kebijakan transportasi publik sebagai alternatif yang lebih

efisien. Upaya ini dilakukan melalui pengembangan angkutan massal, feeder, serta integrasi antarmoda transportasi.

Kota metropolitan terbesar kedua di Indonesia yang diduduki oleh Kota Surabaya, menghadapi tantangan transportasi yang serupa, bahkan menunjukkan peningkatan di setiap tahunnya. Pertumbuhan penduduk dan aktivitas ekonomi yang pesat menyebabkan volume lalu lintas di berbagai ruas jalan utama semakin padat. Data dari Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur mencatat bahwa di Kota Surabaya pada tahun 2025 mencapai sekitar 3,85 juta unit. Dari jumlah tersebut, sepeda motor mendominasi dengan persentase mendekati 80 persen. Tingginya jumlah kendaraan bermotor ini mengindikasikan bahwa penggunaan kendaraan pribadi masih mendominasi di masyarakat.

Dominasi sepeda motor tersebut menjadi indikator rendahnya minat masyarakat terhadap penggunaan transportasi publik. Secara konseptual, transportasi publik dirancang untuk mengakomodasi mobilitas massal dengan biaya yang lebih efisien dan dampak lingkungan yang lebih rendah. Ketidakseimbangan antara jumlah kendaraan pribadi dan pengguna transportasi umum mencerminkan adanya persoalan dalam persepsi, preferensi, dan minat masyarakat. Minat penggunaan transportasi publik menjadi aspek krusial yang perlu dianalisis untuk memahami perilaku mobilitas masyarakat perkotaan. Tanpa adanya minat yang kuat, pengembangan infrastruktur transportasi publik tidak akan optimal.

Dalam mengatasi kondisi tersebut, Pemerintah Kota Surabaya telah meluncurkan berbagai inovasi transportasi publik. Salah satu program strategis yang dikembangkan adalah Wira Wiri Suroboyo, yaitu layanan transportasi feeder yang berfungsi sebagai penghubung antara kawasan permukiman dan moda transportasi utama. Wira Wiri Suroboyo mulai beroperasi pada tahun 2023 dan diarahkan untuk menjangkau wilayah yang tidak dilalui bus besar. Kehadiran layanan ini diharapkan dapat meningkatkan aksesibilitas masyarakat terhadap transportasi publik. Selain itu, layanan ini dirancang agar mudah digunakan oleh berbagai kelompok masyarakat.

Gambar 1. 1 Transportasi Wira Wiri Suroboyo



Sumber : Instagram @wirawirisuroboyo

Data Dinas Perhubungan Kota Surabaya menunjukkan bahwa sejak awal operasionalnya, jumlah penumpang Wira Wiri Suroboyo mengalami peningkatan yang signifikan. Pada Juli 2023, jumlah penumpang tercatat sebanyak 64.054 orang. Angka tersebut meningkat menjadi 121.250 orang pada Juni 2024 dan meningkat pada tahun 2025. Peningkatan ini mengindikasikan adanya potensi pertumbuhan minat penggunaan, meskipun jumlahnya masih relatif kecil jika dibandingkan dengan total pengguna kendaraan pribadi di Surabaya.

Tabel 1. 1 Jumlah Penumpang Wira Wiri suroboyo (2023-2025)

Tahun	Jumlah Penumpang
2023	64.054
2024	121.250
2025	200.000

Sumber : Dinas Perhubungan Kota Surabaya

Apabila dibandingkan dengan moda transportasi publik utama seperti Suroboyo Bus dan Trans Semanggi, jumlah pengguna Wira Wiri masih menunjukkan kesenjangan yang cukup besar. Data Dinas Perhubungan Kota Surabaya mencatat bahwa pada sepanjang tahun 2023, total pengguna Suroboyo Bus mencapai 1.729.758 orang, Trans Semanggi sebanyak 565.289 penumpang, dan Wira Wiri sekitar 64.054 penumpang. Pada tahun 2024, jumlah penumpang Suroboyo Bus meningkat menjadi 1.990.257 orang, Trans Semanggi menjadi 742.618 penumpang, dan Wira Wiri sekitar 121.250 penumpang. Pada tahun 2025, Suroboyo Bus kembali mengalami peningkatan menjadi 2.180.000 penumpang, Trans Semanggi mencapai 918.457 penumpang, dan Wira Wiri sekitar 200.000 penumpang. Angka ini tersebut lebih tinggi dibandingkan penumpang Wira Wiri pada periode yang sama yaitu tahun 2023-2025. Perbedaan ini menunjukkan bahwa meskipun Wira Wiri berperan sebagai feeder, tingkat pemanfaatannya masih belum optimal. Hal ini menguatkan pentingnya kajian mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat penggunaan.

Gambar 1. 2 Jumlah Perbandingan Penumpang Transportasi Publik Di Kota Surabaya



Sumber : Dinas Perhubungan Kota Surabaya

Minat penggunaan dalam konteks transportasi publik dapat dipahami sebagai kecenderungan psikologis seseorang untuk menggunakan suatu moda transportasi berdasarkan persepsi manfaat, kemudahan, dan pengalaman sebelumnya. Minat ini tidak muncul begitu saja, melainkan dibentuk dari faktor internal maupun dorongan dari eksternal itu sendiri. Dalam teori perilaku konsumen, minat sering dianggap sebagai prediktor utama dari perilaku aktual. Oleh karena itu, rendah atau tingginya minat penggunaan transportasi publik akan sangat menentukan tingkat keberhasilan suatu layanan.

Minat penggunaan dipengaruhi oleh berbagai faktor, salah satu aspek penting yang memengaruhi yaitu *brand image* atau citra merek.. *Brand image* pada layanan transportasi publik mencerminkan bagaimana masyarakat memandang kualitas, kenyamanan, keamanan, dan keandalan layanan tersebut. Citra merek yang positif akan membangun kepercayaan dan mendorong masyarakat untuk mencoba serta menggunakan layanan secara berulang. *Brand image* yang lemah atau kurang dikenal dapat menjadi hambatan dalam

meningkatkan minat penggunaan. Hal ini relevan bagi Wira Wiri Suroboyo sebagai layanan yang relatif baru di Surabaya.

Penelitian Musyaffa, Hermawan, & Ridlo (2025) membuktikan bahwa *brand image*, secara signifikan dan positif memengaruhi minat penggunaan layanan transportasi online Grab. Hasil penelitian tersebut menegaskan bahwa persepsi positif konsumen terhadap reputasi dan citra merek dapat meningkatkan keyakinan dan ketertarikan mereka ketika memanfaatkan layanan tersebut. Hasil ini semakin menegaskan asumsi bahwa penguatan citra Wira Wiri Suroboyo dapat menjadi strategi penting dalam meningkatkan minat masyarakat menggunakan transportasi publik di Surabaya. Citra merek yang baik diyakini mampu membangun kepercayaan, mempengaruhi keputusan pengguna, dan meningkatkan loyalitas terhadap layanan. Namun, hingga saat ini, konteks lokal Surabaya masih relatif jarang diteliti secara mendalam. Oleh karena itu, penelitian yang menelaah pengaruh *brand image* terhadap minat masyarakat di wilayah ini menjadi sangat relevan untuk memberikan dasar empiris bagi strategi pengelolaan dan pengembangan layanan Wira Wiri Suroboyo.

Word of mouth (WOM) memiliki peran dalam memengaruhi minat penggunaan. *Word of mouth* merupakan jenis komunikasi informal antarindividu mengandung kesan, rekomendasi, maupun penilaian terhadap suatu layanan. Dalam konteks transportasi publik, pengalaman pengguna yang disampaikan kepada orang lain dapat membentuk persepsi calon pengguna.

WOM yang positif cenderung meningkatkan minat penggunaan, sedangkan WOM negatif dapat menurunkannya secara signifikan.

Penelitian Afrilya, Sumastuti, & Meiriyanti (2024) membuktikan bahwa *word of mouth* (WOM) secara signifikan dan positif memengaruhi terhadap minat penggunaan layanan transportasi. Pada temuan tersebut menegaskan rekomendasi berasal dari lingkungan sosial, seperti teman, keluarga, maupun rekan sebaya, memiliki tingkat kepercayaan yang lebih tinggi dibandingkan informasi promosi atau komunikasi resmi dari penyedia layanan. Temuan ini menunjukkan bahwa persepsi masyarakat terhadap suatu layanan transportasi tidak hanya dibentuk oleh kebijakan, citra merek, atau strategi harga, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh pengalaman langsung serta cerita yang dibagikan oleh para pengguna. Dengan demikian, *wom* merupakan variabel penting yang memiliki peran strategis dalam membentuk minat penggunaan layanan transportasi dan perlu dianalisis secara lebih mendalam.

Persepsi harga juga merupakan faktor yang dapat memengaruhi terhadap minat penggunaan. Persepsi harga dalam transportasi publik tidak hanya berkaitan dengan besaran tarif, tetapi juga kesesuaian antara pengeluaran yang dilakukan dengan keuntungan yang didapatkan. Wira Wiri Suroboyo menawarkan tarif yang tergolong terjangkau mulai dari gratis untuk lansia dan disabilitas, tarif pelajar dan mahasiswa yaitu Rp 2.500, serta Rp 5.000 untuk masyarakat umum, tetapi persepsi masyarakat terhadap harga tetap dapat dipengaruhi oleh faktor kenyamanan, waktu tempuh, dan kemudahan akses.

Dengan demikian, harga yang terjangkau tidak serta-merta menjamin tingginya minat penggunaan.

Penelitian Purwanto, Dewa, dan Mulatsih (2025) membuktikan persepsi harga secara positif dan signifikan memengaruhi minat masyarakat dalam menggunakan transportasi umum. Studi ini menunjukkan masyarakat cenderung mempertimbangkan kesesuaian antara pengeluaran dengan layanan serta manfaat diperoleh sebelum memutuskan untuk memakai suatu moda transportasi. Selain itu, hasil penelitian juga menegaskan bahwa persepsi harga yang tepat, didukung oleh citra merek yang baik dan pelayanan yang setara, mampu meningkatkan minat masyarakat terhadap penggunaan transportasi umum, meskipun dihadapkan pada persaingan dengan moda transportasi pribadi. Hasil penelitian ini juga menunjukkan persepsi harga tetap menjadi aspek relevan dan strategis dalam membentuk minat penggunaan layanan transportasi. Dalam konteks Wira Wiri Suroboyo, persepsi harga perlu dianalisis bersama dengan faktor-faktor lain agar dapat diperoleh gambaran yang komprehensif mengenai minat masyarakat dalam menggunakan layanan transportasi publik. Terdapat kesenjangan antara upaya pemerintah dalam menyediakan transportasi publik dengan tingkat minat penggunaan masyarakat. Dominasi sepeda motor di Surabaya menunjukkan bahwa transportasi publik belum menjadi pilihan utama. Sementara itu, pertumbuhan pengguna Wira Wiri Suroboyo menunjukkan potensi yang belum sepenuhnya tergarap. Kesenjangan ini menegaskan perlunya penelitian empiris untuk mengetahui faktor yang dapat berpengaruh terhadap minat penggunaan.

Penelitian ini menjadi penting karena memberikan kontribusi praktis bagi Pemerintah Kota Surabaya dalam merumuskan strategi peningkatan penggunaan transportasi publik. Selain itu, juga memberikan kontribusi pada aspek teoritis dalam pengembangan studi perilaku pengguna transportasi publik. Dengan menganalisis pengaruh brand image, word of mouth, dan persepsi harga, penelitian ini diharapkan mampu menjelaskan dinamika minat penggunaan secara lebih komprehensif. Oleh karena itu, penelitian ini diarahkan mengkaji pengaruh ketiga variabel tersebut terhadap minat penggunaan transportasi Wira Wiri Suroboyo di Kota Surabaya.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah *brand image*, *word of mouth*, dan persepsi harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan Wira Wiri Suroboyo di Kota Surabaya?
2. Apakah *brand image* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan Wira Wiri Suroboyo di Kota Surabaya?
3. Apakah *word of mouth* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan Wira Wiri Suroboyo di Kota Surabaya?
4. Apakah persepsi harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan Wira Wiri Suroboyo di Kota Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *brand image*, *word of mouth*, dan persepsi harga secara simultan terhadap minat penggunaan Wira Wiri Suroboyo di Kota Surabaya.

2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *brand image* secara parsial terhadap minat penggunaan Wira Wiri Suroboyo di Kota Surabaya.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *word of mouth* secara parsial terhadap minat penggunaan Wira Wiri Suroboyo di Kota Surabaya.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi harga secara parsial terhadap minat penggunaan Wira Wiri Suroboyo di Kota Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi terhadap ilmu pengerahuan, khususnya dalam konteks manajemen pemasaran. Hasil dalam penelitian memperkuat teori-teori yang telah ada tentang pengaruh brand image, word of mouth, dan persepsi harga terhadap minat penggunaan jasa, serta memberikan bukti empiris baru dalam konteks transportasi publik. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan mampu memperkaya literatur ilmiah yang membahas hubungan antara faktor psikologis pelanggan dan keputusan penggunaan layanan transportasi publik.

Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi dasar pengembangan model konseptual yang dapat digunakan dalam penelitian-penelitian berikutnya. Adanya penelitian ini, diharapkan dapat terciptanya pemahaman teoritis yang lebih mendalam mengenai bagaimana faktor pemasaran yang memengaruhi perilaku masyarakat dalam memilih transportasi publik. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memperkaya kajian ilmiah,

tetapi juga memperkuat landasan teoritis untuk pengambilan keputusan dan pemasaran di sektor jasa transportasi publik.

2. Manfaat Praktis

Hasil dalam penelitian diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan yang bermanfaat bagi berbagai pihak yang terlibat dalam pengembangan transportasi publik, antara lain :

1. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dalam menentukan strategi promosi dan peningkatan kualitas pelayanan. Pemahaman mengenai faktor brand image dan persepsi harga dapat dijadikan pedoman bagi pengelola untuk memperkuat identitas merek layanan, memperbaiki fasilitas, serta menciptakan pengalaman positif yang dapat mendorong word of mouth yang baik.

2. Bagi Pihak Lain

Penelitian ini dapat memberikan manfaat praktis bagi pemerintah daerah dan pemangku kepentingan transportasi sebagai bahan pertimbangan dalam penyusunan kebijakan pengembangan transportasi publik yang berorientasi pada minat dan persepsi masyarakat. Selain itu penelitian ini dapat dimanfaatkan oleh peneliti selanjutnya sebagai referensi empiris yang memperkaya kajian pemasaran jasa di sektor transportasi publik, khususnya pada konteks transportasi perkotaan Indonesia.