

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Seiring dengan berkembangnya zaman yang semakin cepat dan kemajuan perekonomian yang lebih makmur, perubahan sosial budaya masyarakat, serta perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang canggih, sarana transportasi serta komunikasi pun semakin maju dan mudah sehingga membuat aktivitas manusia semakin cepat dan praktis. Di daerah perkotaan Indonesia seperti kota Bogor yang padat penduduknya, dengan banyaknya masyarakat datangan yang mayoritas tidak memiliki kendaraan pribadi serta seringnya terjadi kemacetan dimana-mana, membuat masyarakat yang menggunakan transportasi umum menjadi jenuh ketika menghadapi kondisi kemacetan yang terjadi.

Dengan bermunculan berbagai masalah transportasi, semakin banyak pula bisnis sektor jasa transportasi yang berpeluang untuk berbisnis, seperti bisnis dalam skala besar taxi, bus kota, dan LRT sampai skala kecil becak motor, angkot ataupun ojek pangkalan. Untuk memenuhi kepuasan pelanggan akan jasa transportasi, perlu adanya penyedia jasa yang memberikan pelayanan yang tidak hanya baik dan berkualitas tetapi juga inovatif. Sehingga perusahaan jasa transportasi membuat inovasi yang mempermudah masyarakat serta mempersingkat waktu perjalanan, yaitu dengan menghadirkan ojek online di tengah-tengah masyarakat.

Kepuasan pelanggan merupakan faktor yang sangat penting bagi keberadaan, kelangsungan, dan perkembangan perusahaan. Saat ini banyak perusahaan yang semakin memahami arti penting dari kepuasan pelanggan dan menjalankan strategi guna memberikan kepuasan bagi konsumennya. Menurut Tjiptono (2002:462) kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli dimana alternative yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil (outcome) tidak memenuhi harapan.

Menurut Kotler dan Keller (2009:138-139) secara umum kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja

gagal untuk memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi maka, pelanggan akan sangat puas atau senang.

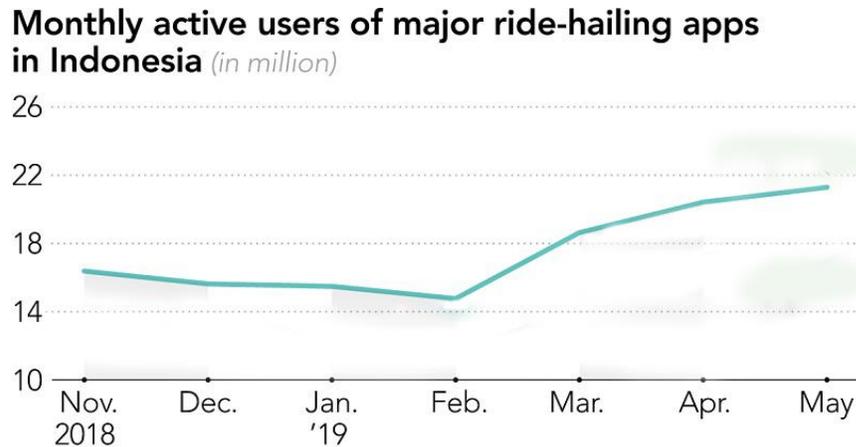
Salah satu faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan. Menurut Parasuraman, dkk., yang dikutip Lupiyoadi (2011:182) kualitas pelayanan mencakup beberapa aspek yang meliputi: kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal (*tangible*), kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya memuaskan (*reliability*), suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsiveness*), pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan (*assurance*), memberikan perhatian yang tulus atau bersifat pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen (*empathy*).

Lupiyoadi dan Hamdani (2009:65), juga mengemukakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, dimana pelayanan yang baik berakibat lebih besar terhadap kepuasan pelanggan. Walaupun pelayanan/jasa adalah suatu barang yang tidak berwujud, namun pelayanan dapat dinilai berdasarkan pengalaman dan penalaran seseorang. Kualitas pelayanan dapat memengaruhi kepuasan konsumen karena terjadinya interaksi antara konsumen dengan pihak perusahaan. Sesuai dengan konsep kepuasan konsumen, bahwa kepuasan konsumen dapat tercapai bila kinerja atau hasil yang dirasakan sesuai dengan harapan konsumen. Jadi, baik atau tidaknya pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, sangatlah memengaruhi kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan yang baik dapat menjadi keunggulan bersaing bagi perusahaan jasa. Kualitas pelayanan juga merupakan kunci untuk mencapai kesuksesan. Baik tidaknya kualitas pelayanan barang atau jasa tergantung pada kemampuan produsen dalam memenuhi harapan konsumen secara konsisten. Kualitas pelayanan dikatakan memuaskan jika pelayanan yang dirasakan sama atau melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan. Pelayanan yang seperti inilah yang dipersepsikan sebagai pelayanan berkualitas dan memuaskan. Harapan konsumen tersebut tercermin pada pelayanan yang baik, ramah tamah, sopan santun, ketepatan waktu, dan kecepatan menjadi nilai penting yang

diharapkan oleh para konsumen. Kosumen yang merasa puas secara tidak langsung akan mendorong terjadinya rekomendasi dari mulut ke mulut, bahkan dapat memperbaiki citra perusahaan di mata konsumen. Oleh karena itu, kualitas pelayanan harus menjadi fokus utama perhatian perusahaan karena dapat menciptakan kepuasan konsumen.

Saat ini banyak penyedia jasa ojek online di Indonesia yang dikenal dengan nama GOJEK, Grab, dan Maxim. Semua memberikan pelayanan yang hampir sama mulai dari mengantarkan orang dengan biaya yang berbeda-beda, namun dengan system pemesanan yang sama yaitu pemesanan melalui aplikasi online berbasis Android dan IOS. Salah satu perusahaan jasa transportasi yang sedang berkembang di Indonesia termasuk juga kota Bogor adalah GOJEK. PT. GOJEK Indonesia atau PT Aplikasi Karya Anak Bangsa didirikan pada tahun 2010 oleh Nadiem Makarim dan Michaelangelo Moran. Perusahaan ini bergerak di bidang jasa pelayanan transportasi sebagai perantara yang menghubungkan antara para pengendara ojek dengan pelanggan.

Pada Januari 2015, perusahaan meluncurkan aplikasi mobile GOJEK berbasis *location-based search* untuk telepon genggam berbasis android dan iOS. Melalui aplikasi ini, pengendara ojek dapat melihat order yang masuk dan lokasi pemesannya untuk ditanggapi, dan pelanggan dapat memantau posisi pengendara ojek yang menanggapi order. Jasa dan pelayanan yang diberikan GOJEK tidak hanya sebagai transportasi orang (Go-ride dan Go-car), tetapi juga banyak fitur lain yang ditawarkan seperti Go-food berupa pelayanan untuk pemesanan makanan, Go-send pelayanan untuk pengiriman barang, Go-shop pelayanan untuk belanja barang, dan masih banyak fitur lainnya. GOJEK menjadi pionir pelayanan ojek berbasis aplikasi *mobile* melalui pelayanan Go-Ride-nya. Dengan ini, pengguna aplikasi GOJEK cukup memesan ojek melalui aplikasi mobile secara online dan nantinya akan dijemput oleh supir ojek yang merespon pesanan pengguna atau calon penumpang. Transaksi pembayaran dilakukan saat pengguna sampai ke tujuan kepada supir ojek. Tarif yang dikenakan bervariasi berdasarkan jarak yang ditempuh atau berdasarkan flat rate yang diberlakukan.



**Gambar 1. 1. Data Pengguna Gojek di Indonesia Tahun 2019**

Sumber : <https://www.tek.id/tek/gojek-rebranding-dan-kalahkan-grab-soal-pengguna-aktif-bulanan-b1Xj29eZz>

Dari Juni 2016 hingga Juni 2019, jumlah transaksi yang diproses dalam *platform* Gojek, melesat hingga 1.100%, atau 12 kali lipat. Pengguna aktif bulanan Gojek menurut penelitian mencapai hampir 22 juta pengguna per bulan. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna Gojek semakin bertambah dari waktu ke waktu.

Konsumen akan memilih salah satu diantara pilihan alternatif yang menurutnya sesuai dengan yang diinginkan. Beberapa pelanggan ada yang mengeluh mengenai pelayanan transportasi *online*, diantaranya ada keluhan tentang pengemudi yang tidak memakai motor yang baik, adanya pengemudi yang tidak ramah terhadap customer, dan berbagai keluhan mengenai kualitas pelayanan dari transportasi *online*. Mengantisipasi keadaan tersebut maka perusahaan ojek *online* khususnya GOJEK harus bisa menciptakan kepuasan pelanggan.

Konsumen adalah satu-satunya yang dapat menilai baik buruknya suatu kualitas pelayanan. Konsumen dapat menilai apakah pelayanan yang telah diterima sesuai dengan pelayanan yang diharapkan. Pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan akan menentukan konsumen untuk kembali lagi dan menggunakan pelayanan, atau dengan kata lain perusahaan dapat memuaskan konsumen sehingga menciptakan loyalitas konsumen. Oleh karena itu, Penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan

## judul **Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Transportasi Online GOJEK Terhadap Kepuasan Konsumen Di Kota Bogor .**

### **1.2. Identifikasi Masalah**

Beberapa permasalahan yang muncul, dapat diidentifikasi oleh penulis sebagai berikut:

1. Masih adanya pengendara GOJEK memakai motor yang kurang nyaman dikendarai dan juga tidak memakai atribut resmi GOJEK.
2. Beberapa pengendara GOJEK yang kurang handal dalam berkendara, sehingga membuat konsumen kurang nyaman berkendara.
3. Adanya konsumen yang mengaku sering menunggu terlalu lama saat memesan pelayanan GOJEK.
4. Masih adanya pengendara GOJEK yang tidak mengucapkan salam dan ucapan terimakasih kepada pelanggan.
5. Terdapat beberapa pelanggan yang memiliki persepsi tidak baik terhadap kualitas pelayanan transportasi *online* GOJEK, seperti tidak diberikannya jas hujan saat cuaca hujan untuk penumpang.

### **1.3. Pembatasan Masalah**

Untuk lebih memfokuskan dan memperkecil bahasan masalah sehingga tidak menyimpang dari yang diinginkan, maka batasan masalah penelitian adalah dimensi kualitas pelayanan jasa transportasi *online* GOJEK di kota Bogor yang meliputi bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati .

### **1.4. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah yang diteliti sebagai berikut :

1. Apakah bukti fisik (*tangible*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*) , jaminan (*assurance*) dan empati (*empathy*) secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan GOJEK di kota Bogor ?

2. Apakah bukti fisik (*tangible*) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan GOJEK di kota Bogor ?
3. Apakah kehandalan (*reliability*) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan GOJEK di kota Bogor ?
4. Apakah daya tanggap (*responsiveness*) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan GOJEK di kota Bogor ?
5. Apakah jaminan (*assurance*) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan GOJEK di kota Bogor ?
6. Apakah empati (*empathy*) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan GOJEK di kota Bogor ?

### **1.5. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis pengaruh bukti fisik (*tangible*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan empati (*empathy*) secara simultan terhadap kepuasan pelanggan GOJEK di Kota Bogor.
2. Untuk menganalisis pengaruh bukti fisik (*tangible*) terhadap kepuasan pelanggan GOJEK di Kota Bogor
3. Untuk menganalisis pengaruh kehandalan (*reliability*) terhadap kepuasan pelanggan GOJEK di Kota Bogor.
4. Untuk menganalisis pengaruh daya tanggap (*responsiveness*) terhadap kepuasan pelanggan GOJEK di Kota Bogor.
5. Untuk menganalisis pengaruh jaminan (*assurance*) terhadap kepuasan pelanggan GOJEK di Kota Bogor.
6. Untuk menganalisis pengaruh empati (*empathy*) terhadap kepuasan pelanggan GOJEK di Kota Bogor.

## **1.6. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Untuk menambah dan memperluas pengetahuan penulis tentang Manajemen Pemasaran pada umumnya mengenai kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen ojek *online* (GOJEK).
2. Dapat memberikan bahan masukan atau informasi untuk GOJEK, dalam hal ini agar menciptakan inovasi baru yang lebih menarik untuk menciptakan kepuasan konsumen.
3. Sebagai bahan perbandingan dan rujukan bagi peneliti lainnya yang mengambil masalah yang sama

## **1.7. Sistematika Penulisan**

Guna memahami lebih lanjut laporan ini, maka materi-materi yang tertera pada laporan skripsi ini dikelompokkan menjadi beberapa subbab dengan sistematika penyampaian sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Berisi tentang latar belakang, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan itu sendiri.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisikan teori yang berupa pengertian dan definisi yang diambil dari buku yang berkaitan dengan penyusunan laporan skripsi serta beberapa literatur yang berhubungan dengan penelitian.

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini berisikan tentang tempat dan waktu penelitian, jenis penelitian, teknik pengumpulan data data, teknik analisis dan penelitian.

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi tentang gambaran objek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan yang secara lebih lengkap mengupas berbagai fenomena yang ada dalam penelitian.

## BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan simpulan yang merupakan hasil akhir atas penelitian ini dan juga saran yang berisi masukan untuk pihak objek penelitian.

## DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang berbagai buku, jurnal, rujukan yang secara sah digunakan dalam menyusun penelitian ini.