

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Transportasi merupakan kegiatan pemindahan barang dari suatu tempat ke tempat lain, dimana terdapat unsur pergerakan. Transportasi sangat memegang penting dalam pembangunan dan pengembangan infrastruktur suatu Kawasan. Suatu interaksi yang baik antara komponen-komponen transportasi seperti penumpang, barang, sarana dan prasarana. Menurut miro (2005) [5] transportasi terdapat kaitan antara model tata guna lahan (system aktivitas) dengan system transportasi.

Seiring dengan berkembangnya teknologi pada bidang jasa transportasi lebih memudahkan aktivitas manusia dan lebih efisien. Fenomena saat ini pada perkembangan teknologi adalah berkembangnya teknologi yang terarah ke bisnis transportasi yang moderen. Perpaduan antara kemampuan teknologi tinggi dan jaringan-jaringan global, maka produksi informasi dapat meningkat dengan amat cepat. Howard Frederick menyatakan bahwa laju pertumbuhan dan akumulasi pengetahuan era informasi meningkat sangat cepat eksponensial.

Pelayanan pada jasa transportasi ojek online di Indonesia diawali oleh PT. Go-Jek Indonesia yang berdiri pada tahun 2010 oleh Nadiem Makarim. Jasa transportasi ini berhasil mencapai popularitas pada tahun 2015 dan juga merupakan pelopor layanan ojek online di Indonesia.

PT. Go-Jek Indonesia adalah perusahaan layanan ojek online yang berbasis aplikasi mobile, selain itu di dalam aplikasi Gojek terdapat beberapa layanan seperti GoRide, GoCar, GoFood, GoSend dan masih banyak layanan lainnya. Para pengguna aplikasi Gojek dapat memesan ojek melalui aplikasi mobile secara online yang di mana setelah melakukan pemesanan pengemudi akan menjemput sesuai titik lokasi penjemputan yang sesuai pesanan pengguna aplikasi. Jasa layanan transportasi ojek online ini menghubungkan antara pelanggan dan pengendara ojek.

Terdapat beberapa perusahaan jasa transportasi yang menjadi pesaing dari PT. Gojek Indonesia salah satunya adalah PT. Grab Indonesia. PT. Grab Indonesia juga memiliki layanan yang mirip atau serupa dengan PT. Go-Jek Indonesia.

Tabel 1.1
Persaingan Layanan Jasa Transportasi Online Tahun 2018

Penyedia Jasa	Jumlah Unduh Aplikasi	Layanan Pesan Antar Makanan	Ride – Hailing (Motor dan Mobil)	Layanan Pembayaran	Cakupan
Gojek	142 Juta	400 Ribu Mitra di 370 Kota di Indonesia	2 Juta Mitra di Indonesia	Go-Pay bermitra dengan 28 insitusi keuangan dan ratusan ribu mitra di 370 kota	204 kota di empat negara
Grab	144 Juta	Di 178 kota di Indonesia	9 Juta Mitra di Asia Tenggara	Grab menggandeng OVO di Indonesia	336 kota di delapan negara

Sumber : Internet : katadata.co.id

Chief Commercial Expansion Gojek Catherine Hindra Sutjahyo menambahkan, omzet mitra GoFood naik 3,5 kali setelah bergabung dengan perusahaannya. Jumlah order GoFood mencapai 30 juta per bulan di Asia Tenggara pada 2018. Angka ini tumbuh tujuh kali dibanding tahun 2016. Layanan GoFood sudah merangkul lebih dari 400 ribu penjual makanan dan minuman, yang 80 % di antaranya merupakan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM).

Meskipun Go-jek sebagai pionir layanan ojek berbasis aplikasi mobile, namun Go-jek tidak terlepas dari berbagai permasalahan. Beberapa masalah penting untuk mendukung penelitian yang terkait dengan pemesanan berbasis online yang hanya terbatas bagi para pengguna *smartpone* android, sehingga pemakaian jasa transportasi online hanya untuk kalangan tertentu. Driver Gojek tidak memberikan tanggapan yang baik terhadap kebutuhan konsumen. Selain itu, apabila dicermati ada banyak hal yang harus dibenahi dalam layanan Gojek yang ada saat ini khususnya masalah keselamatan dan kesehatan. Gojek juga tidak luput dari adanya aduan masyarakat mengenai pelayanan yang diberikan, para konsumen

ada yang meneguhkan bahwa pelayanan yang diberikan oleh Gojek masih memiliki kecenderungan untuk merespon secara lama, pelayanan *customer service* yang tidak akurat, misalnya adanya kesalahan dalam mengalihkan driver atau membatalkan pesanan. Hal ini membuat konsumen merasa tidak puas yang mengakibatkan konsumen tidak segan-segan memberikan *review* yang buruk terhadap perusahaan Gojek karena konsumen merasa tidak puas.

Semakin banyaknya ojek online menyebabkan semakin ketatnya persaingan. Faktor yang menjadi penyebab terjadinya hal tersebut yakni adanya persaingan harga dan banyaknya alternative pilihan jasa ojek online. Hal ini menjadikan konsumen semakin selektif. Konsumen akan memilih salah satu diantara pilihan alternatif yang menurutnya sesuai dengan yang diinginkan. Mengantisipasi keadaan tersebut maka perusahaan Gojek harus bisa menciptakan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan faktor yang penting bagi keberadaan, kelangsungan, dan perkembangan perusahaan. Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan. Menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2009:65) bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, dimana pelayanan yang baik berakibat lebih besar terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan karena terjadinya interaksi antara konsumen dengan pihak perusahaan. Sesuai dengan konsep kepuasan pelanggan bahwa kepuasan pelanggan dapat tercapai bila kinerja atau hasil yang dirasakan sesuai dengan harapan konsumen. Jadi baik atau tidaknya pelayanan yang diberikan oleh Gojek sangatlah mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Hubungan harga dengan kepuasan pelanggan menurut Schiffman dan Kanuk (2004:186) [7] harga adalah pandangan atau persepsi mengenai harga bagaimana pelanggan memandang harga tertentu (tinggi, rendah, wajar) mempengaruhi pengaruh yang kuat terhadap maksud memberi dan kepuasan membeli.

Harga mempengaruhi kepuasan pelanggan dikarenakan pandangan dari setiap konsumen terhadap harga yang diberikan oleh Gojek tinggi atau rendah sangatlah berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dimasa pandemi Covid 19, agar terhindar dari keluhan konsumen terhadap harga yang dimana Gojek harus

memberikan harga yang sesuai agar pelanggan merasa puas dengan harga yang ditetapkan oleh perusahaan Gojek.

Kualitas pelayanan, harga akan mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan dalam menikmati suatu produk atau jasa. Semakin banyaknya ojek online berdampak pada ketatnya persaingan. Faktor yang menjadi penyebab terjadinya hal tersebut adalah adanya persaingan harga dan pelayanan dari banyaknya pilihan alternatif pilihan jasa ojek online. Hal ini membuat konsumen lebih pintar untuk memilih jasa ojek online yang menurutnya sesuai dengan keinginannya. Mengantisipasi hal tersebut maka perusahaan ojek online harus bisa menciptakan kualitas layanan dan harga yang sesuai agar dapat menciptakan kepuasan pelanggan.

Zeithmal dan Bitner (2003) [7] mengemukakan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, kualitas produk atau jasa, harga, emosi dan biaya.

Tabel 1.2

Perbandingan Tarif Maxim, Gojek, dan Grab Per 3 KM

No	Nama	Tarif
1	Maxim	Rp.8.000
2	Gojek	Rp.10.000
3	Grab	Rp.12.000

Sumber : data diolah, 2022

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa tarif Maxim bike relatif lebih murah dibandingkan dengan Gojek Ride dan Grab Bike dimana untuk 3 Km pertama tarif Maxim berkisar Rp8.000 sedangkan Gojek Bike berkisar Rp10.000 dan Grab Bike berkisar Rp12.000. Pelayanan yang baik akan mendorong minat pelanggan untuk menggunakan kembali jasa tersebut sehingga tercipta sebuah kepuasan. Tarif gojek yang lebih mahal dari Maxim membuat konsumen merasa tarif dari maxim lebih murah sehingga konsumen akan lebih memilih Maxim dari pada Gojek. Sehingga untuk Gojek sendiri harus bisa menurunkan tarif Goridenya agar sesuai dengan harapan konsumen sehingga konsumen merasa puas dan memakai jasa transportasi Gojek.

Berdasarkan uraian di atas maka perlu diteliti bagaimana pengaruh kualitas layanan dan harga transportasi online terhadap kepuasan pelanggan. Pengguna jasa transportasi ojek online Gojek.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi ojek online Gojek di Kota Bandung?
2. Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi ojek online Gojek di Kota Bandung?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan, dan harga, terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi ojek online Gojek di Kota Bandung?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah untuk :

1. Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi ojek online Gojek di Kota Bandung.
2. Mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi ojek online di Kota Bandung
3. Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi ojek online Gojek di Kota Bandung.

1.4 Pembatasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, penelitian ini lebih memfokuskan pada pengaruh kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi Gojek pada saat pandemi Covid 19 di Kota Bandung.

1.5 Kegunaan

Penelitian yang dilakukan akan memberikan beberapa kegunaan atau manfaat yaitu antara lain:

1. Bagi Peneliti
 - a. Penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan pemahaman peneliti mengenai kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan pelanggan.
 - b. Sebagai implementasi atas teori yang telah didapat pada perkuliahan dan menambah wawasan akan dunia bisnis.
2. Bagi Perusahaan Hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran mengenai pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi Gojek di Kota Bandung, sehingga dapat menjadi masukan bagi perusahaan PT. Gojek Indonesia untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat memengaruhi kepuasan konsumen.
- 3.. Bagi Universitas Memberikan tambahan perbendaharaan kepustakaan khususnya yang berhubungan dengan kepuasan konsumen.

1.6 Sistematika Penulisan

Berikut adalah sistematika penulisan yang terdiri dari 6 (enam) bab yaitu :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, pembatasan masalah, kegunaan, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tinjauan Pustaka, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi tahapan penelitian, pengolahan data, metode penelitian operasionalisasi variabel-variabel penelitian, populasi dan sampel, dan instrument penelitian.

BAB IV PENGUMPULAN & PENGOLAHAN DATA

Bab ini berisi pengumpulan data dan pengolahan data.

BAB V ANALISIS & PEMBAHASAN

Bab ini berisi analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi ojek online Gojek di Kota Bandung, analisis pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi ojek online Gojek di Kota Bandung, dan analisis pengaruh kualitas pelayanan, harga, terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi ojek online Gojek di Kota Bandung.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan dan saran.