

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi saat ini berkembang sangat pesat membuat persaingan dalam penyediaan jasa transportasi menjadi ketat. Teknologi adalah kunci yang penting untuk mampu terus beradaptasi dan bersaing di era yang mulai serba cepat dan juga canggih seperti saat ini. Teknologi memegang peranan penting untuk saat ini bukan hanya digunakan untuk pelengkap bisnis saja, namun juga bisa digunakan untuk kunci utama dari bisnis yang terus berkembang dari zaman ke zaman dan berkat teknologi persaingan bisnis akan terus berlanjut. Hal ini menyebabkan perusahaan harus menentukan strategi yang bagus dan tepat agar dapat menarik konsumen, mempertahankan konsumen, dan membuat konsumen puas dalam pelayanan yang telah diberikan oleh perusahaan.

Banyak perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa memanfaatkan teknologi yang sudah berkembang. Salah satunya yaitu dengan adanya penyediaan jasa transportasi bagi masyarakat luas sebagai konsumen dalam menggunakan jasa transportasi yang sangat penting bagi kehidupan sehari-hari. Terutama di zaman modern seperti saat ini teknologi sudah maju dan berkembang. Sektor transportasi memegang peranan penting karena dapat mempermudah masyarakat dalam menjangkau suatu tempat untuk berbagai kepentingan masyarakat itu sendiri.

Transportasi sangat penting bagi individu maupun organisasi bisnis untuk mendukung kegiatan bisnisnya. Berkembangnya pola pikir masyarakat saat ini

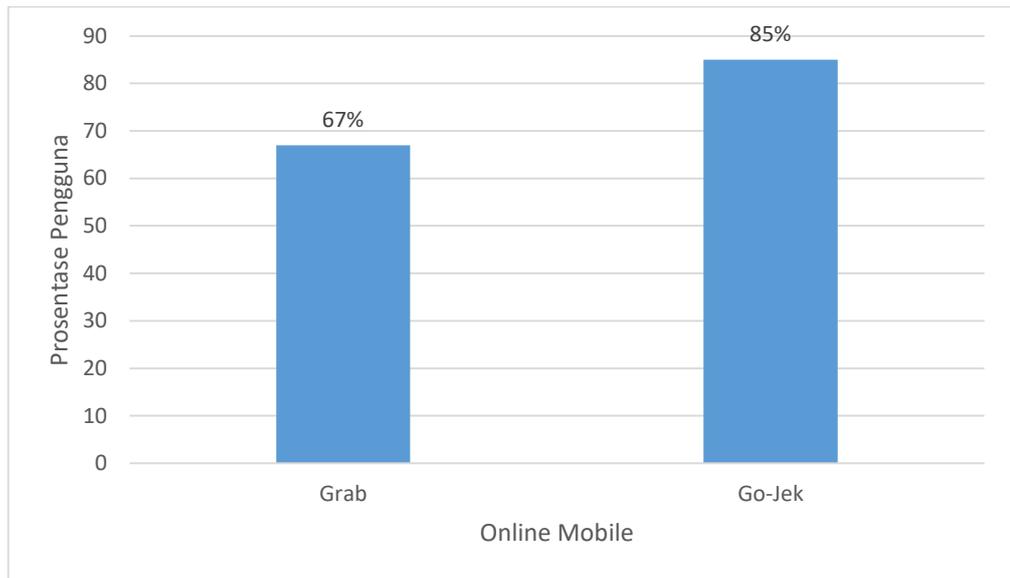
tentang peluang bisnis sangat kuat membuat masyarakat terdorong untuk bisa menjangkau suatu daerah atau tempat tertentu dengan waktu sesingkat mungkin.

Bisnis jasa yang memanfaatkan teknologi canggih yaitu bisnis jasa transportasi *online*. Indonesia banyak sekali dijumpai kendaraan bermotor yang digunakan pribadi tetapi dapat digunakan untuk umum juga yang mampu mengangkut orang atau barang yang disebut dengan ojek. Ojek sudah dikenal oleh masyarakat Indonesia secara luas, tidak hanya di kota – kota besar saja seperti Jakarta, Bandung, Surabaya, dan lain – lain, tetapi di kota – kota kecil juga seiring perkembangan zaman transaksi yang dilakukan oleh ojek dulunya hanya menunggu penumpang di persimpangan jalan. Sekarang menggunakan ojek bisa melalui sebuah aplikasi pemesanan ojek melalui *smartphone*. Perbedaan antara ojek konvensional dengan ojek *online* dapat dilihat dari apabila ojek konvensional memiliki kelebihan seperti harga yang dapat ditawarkan langsung oleh konsumen atau penumpang, selain memiliki kelebihan ojek konvensional juga memiliki kelemahan diantaranya yaitu tidak ada fasilitas keselamatan, *driver* sering ugal – ugalan, harga lebih mahal dari ojek *online*, dan juga ketika akan menumpang konsumen harus menemui pangkalan ojek terlebih dahulu. Sedangkan yang terdapat pada ojek *online* kelebihannya harga lebih murah dibanding ojek konvensional, fasilitas yang disediakan lebih lengkap untuk keselamatan konsumen, kondisi kendaraan baik, dan pemesanan dapat dilakukan secara cepat melalui *smartphone* masing-masing.

Daerah perkotaan tepatnya di Kota Gresik ini yang penduduknya lumayan padat dan kemacetan yang di landasi oleh kendaraan pribadi. Masyarakat yang menggunakan transportasi umum akan merasa jenuh dan sesak ketika terjadi

kemacetan itu sendiri. Banyak sekali transportasi *online* yang sedang bermunculan saat ini seperti Grab dan Go-Jek. Tetapi yang sering terlihat di daerah Gresik ini yaitu transportasi *online* Go-Jek. Dengan berdirinya kantor yang ada di Kabupaten Gresik tepatnya di Komplek Ruko Green Garden Blok A2 No. 21. Jalan Dr. Wahidin Sudiro Husodo, 778, Dahanrejo, Kebomas, Kabupaten Gresik, Jawa Timur 61124. Go-Jek adalah sebuah perusahaan yang bergerak dibidang pelayanan transportasi ojek yang bertujuan untuk menghubungkan ojek dengan penumpang ojek. Perusahaan ini berdiri pertama kali berdiri di Kota Jakarta pada tahun 2011. Go-Jek merupakan perusahaan yang berjiwa sosial yang memimpin revolusi industry transportasi ojek, karena efektifitas tujuan perusahaan ini yang bermitra kepada pengendara ojek yang berpengalaman semakin baik dan meningkatnya peminat pelanggan. Sehingga Go-Jek kini telah berkembang pesat dan mendirikan perusahaan di kota-kota besar lainnya seperti Bandung, Surabaya, Bali, dan lain sebagainya.

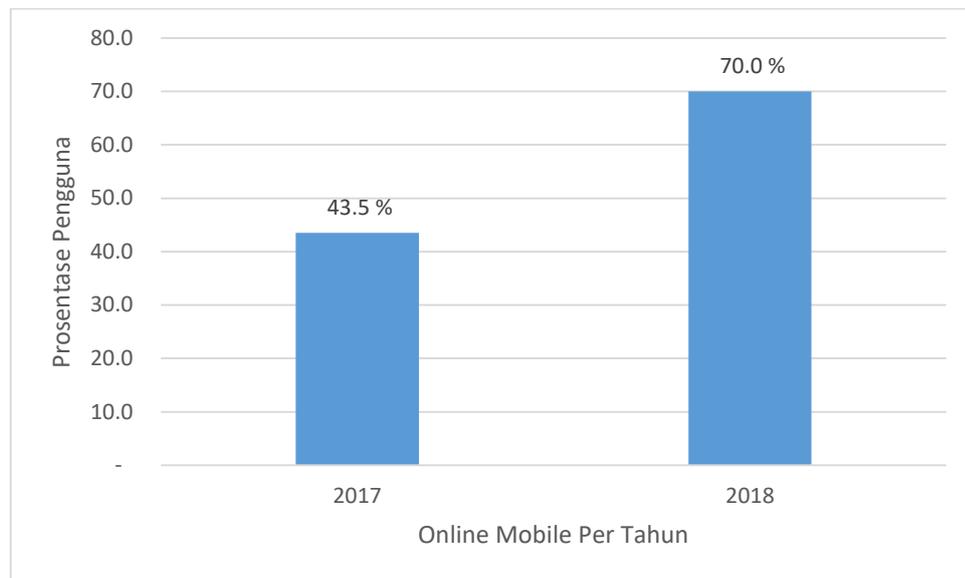
Go-Jek memiliki beberapa produk jasa lainnya selain transportasi diantaranya yaitu *Go-Box* yang merupakan jasa transportasi angkutan barang yang bermitra dengan pemilik kendaraan barang untuk memenuhi kebutuhan konsumen dalam jasa angkutan barang. *Go-Car* merupakan jasa angkutan roda empat seperti taksi dalam melayani pelanggan. *Go-Food* merupakan jasa transportasi *online* yang memberikan pelayanan pesan antar makanan untuk pelanggan dan lain sebagainya.



Sumber : databoks.katadata.co.id (2019)

Gambar 1.1
Data Pengguna Transportasi Online
Periode 2018

Hasil dari tabel diatas dapat diketahui bahwa konsumen yang menggunakan transportasi *online* lebih banyak pada transportasi *online* Go-Jek dengan perolehan prosentase sekitar 85% pengguna, sedangkan Grab hanya memperoleh sekitar 67% pengguna transportasi *online* ini. Dapat dikatakan bahwa diantara kedua perusahaan tersebut bersaing untuk bisa mendapat konsumennya, dengan meningkat strategi berbagai macam untuk bisa memperoleh konsumen dan mendapat kepercayaan konsumen.



Sumber : Kantor G0-Jek Gresik yang Diolah Peneliti (2019)

Gambar 1.2
Data Pengguna Gojek di Kota Gresik

Hasil dari tabel diatas dapat diketahui bahwa konsumen yang menggunakan transportasi *online* Gojek di Kota Gresik setiap tahunnya mengalami peningkatan. Pada tahun 2017 diketahui bahwa pengguna transportasi *online* di Kota Gresik sebanyak 43,5% pengguna sedangkan ditahun 2018 pengguna transportasi *online* Gojek di Kota Gresik meningkat sebanyak 70% pengguna transportasi *online* tersebut.

Harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar-menawar, atau ditetapkan oleh penjual untuk satu harga yang sama terhadap semua pembeli. (Kotler dan Keller (2012:25)). Sedangkan menurut Kotler dan Armstrong (2013:151) harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu barang atau jasa atau jumlah dari nilai uang yang di

tukar konsumen atas manfaat – manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Harga menurut Tjiptono (2011:40) adalah bauran harga berkenaan dengan kebijakan strategis seperti adanya diskon, tingkat harga, dan syarat pembayaran yang menggambarkan besarnya rupiah yang harus dikeluarkan oleh seorang konsumen untuk memperoleh sebuah produk dan mendapatkan harga yang dapat dijangkau oleh konsumen.

Tabel 1.2
Perbedaan Tarif Jasa Ojek Online

<i>Platform</i>	Jarak	Jam Sibuk (06.00-09.00)	Jam Sibuk (16.00-19.00)	Diluar Jam Sibuk
Gojek	0 – 9Km	Rp 2.000/km	Rp 2.000/km	Rp 1.600/km
	>9Km	Rp 3.000/km	Rp 3.000/km	Rp 3.000/km
Grab	0 – 12Km	Tambahan biaya Rp 2.500/km	Tambahan biaya Rp 2.500/km	Rp 1.800/km
	>12Km	Tambahan biaya Rp 3.000/km	Tambahan biaya Rp 2.500/km	Rp 1.800/km pertama dan tambahan biaya Rp 3.000/km

Sumber : <https://www.halomoney.co.id> (2019)

Tarif Gojek adalah sebesar Rp 2.000/km dan diluar jam sibuk sebesar 1.600/km jika jarak perjalanan di atas 9 km, maka tariff akan naik sebesar Rp 3.000/km. tariff Grab berbeda dengan tariff Gojek dimana pada saat jam sibuk sebesar Rp 2.500/km dan diluar jam sibuk sebesar Rp 1.800/km jika jarak yang ditempuh diatas 12km maka tariff akan naik sebesar Rp 3.000/km.

Selain itu transportasi Go-Jek juga telah memberikan kualitas layanan yang baik untuk konsumennya sehingga konsumennya merasa aman dan nyaman ketika menggunakan atau melakukan transaksi dengan transportasi Go-Jek ini. Dengan

menawarkan 13 layanan yang meliputi *Go-Ride, Go-Car, Go-Send, Go-Food, Go-Mart, Go-Busway, Go-Tix, Go-Box, Go-Clean, Go-Glam, Go-Message, Go-Med,* dan *Go-Auto*. Selain itu Go-Jek juga mempunyai sekitar 220ribu driver dan untuk menarik konsumennya Go-Jek menawarkan diskon tarif perjalanan 50% jika membayar dengan menggunakan uang elektronik Go-Pay. Menurut Tjiptono (2011:59) kualitas layanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan dalam memenuhi apa yang diinginkan pelanggan. Kualitas pelayanan mendorong pelanggan untuk komitmen kepada produk dan dan layanan suatu perusahaan, sehingga berdampak kepada peningkatan penjualan suatu produk.

Transportasi *online* Go-Jek telah mendapatkan kepercayaan dari para konsumennya karena Go-Jek mampu memberikan pelayanan terbaik untuk konsumennya, dengan begitu perusahaan akan terus memertahankan dan akan terus melakukan inovasi serta meningkatkan layanan yang baik agar kepercayaan konsumen terus terjaga. Menurut Kotler dan Keller (2012:146) kepercayaan adalah ketersediaan perusahaan untuk bergantung pada mitra bisnis. Kepercayaan tergantung pada beberapa faktor antar pribadi dan antar organisasi seperti kompetensi, integritas, kejujuran, dan kebaikan hati. Membangun kepercayaan bisa hal yang sulit dalam situasi online, dimana perusahaan menerapkan peraturan ketat kepada mitra bisnis online mereka disbanding mitra lainnya. Pembeli bisnis khawatir bahwa mereka tidak akan mendapatkan produk atau jasa dengan kualitas yang tepat dan dihantarkan ke tempat yang tepat pada waktu yang tepat, begitupun sebaliknya. Sedangkan menurut Ujang Sumarwan (2011:378) kepercayaan

konsumen adalah pengetahuan konsumen mengenai suatu objek, atributnya, dan manfaatnya. Berdasarkan konsep tersebut, maka pengetahuan konsumen adalah kepercayaan konsumen. Kepercayaan konsumen atau pengetahuan konsumen menyangkut kepercayaan bahwa suatu produk memiliki berbagai atribut, dan manfaat dari berbagai atribut tersebut.

Kepuasan konsumen adalah sejauh mana tanggapan kinerja produk memenuhi harapan pembeli. (Kotler dan Armstrong (2012:9)). Sedangkan menurut Kotler dan Keller (2009:138) menyatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka.

Beberapa variabel yang terdapat didalam jurnal merupakan variabel yang berhubungan dengan penelitian yang akan Saya lakukan sehingga didalam beberapa jurnal tersebut dapat dijadikan bahan pertimbangan untuk melakukan penelitian yang terbaru. Maka dapat disusunlah penelitian mengenai kepuasan konsumen ketika menggunakan transportasi *online* Go-Jek dengan faktor yang mempengaruhi yaitu harga, kualitas layanan, dan kepercayaan konsumen. Oleh karena itu akan dilakukan penelitian dengan judul: **“Pengaruh Harga, Kualitas Layanan, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Transportasi *Online* Go-Jek Studi Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Muhammadiyah Gresik”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang terdapat pada latar belakang diatas, dapat teridentifikasi rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pelanggan Go-Jek pada Mahasiswa Manajemen Universitas Muhammadiyah Gresik?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pelanggan Go-Jek pada Mahasiswa Manajemen Universitas Muhammadiyah Gresik?
3. Apakah kepercayaan konsumen berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pelanggan Go-Jek pada Mahasiswa Manajemen Universitas Muhammadiyah Gresik?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang telah ditentukan di atas adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Go-Jek pada Mahasiswa Manajemen Universitas Muhammadiyah Gresik
2. Untuk menganalisis kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Go-Jek pada Mahasiswa Manajemen Universitas Muhammadiyah Gresik
3. Untuk menganalisis kepercayaan konsumen berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Go-Jek pada Mahasiswa Manajemen Universitas Muhammadiyah Gresik

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat digunakan dan diaplikasikan oleh perusahaan untuk mempertahankan konsumen dengan meningkatkan dan mempertimbangkan harga, kualitas layanan, dan kepercayaan konsumen terhadap kepuasan konsumen pada Go-Jek

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan membantu peneliti selanjutnya untuk lebih mengkaji lebih dalam mengenai harga, kualitas layanan, dan kepercayaan konsumen terhadap kepuasan konsumen dan faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi.

3. Bagi Universitas

Hasil penelitian semoga dapat bermanfaat untuk menambah pengetahuan dan menambah koleksi bacaan di perpustakaan Universitas Muhammadiyah Gresik, serta memberikan informasi kepada peneliti selanjutnya dan bisa digunakan sebagai pembandingan dalam penelitian selanjutnya.