

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan bisnis pada era globalisasi saat telah mengalami perubahan dalam dua dasawarsa terakhir ini terkecuali di Indonesia. Menurut Ismail CEO PT Zahir Internasional (2016) teknologi adalah kunci penting untuk mampu terus beradaptasi dan bersaing di era yang serba cepat seperti saat ini. Teknologi memegang peranan penting dalam mendukung era globalisasi saat ini. Teknologi bukan hanya pelengkap bisnis, namun juga 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 tepat agar dapat menarik konsumen, mempertahankan pelanggan dan membuat pelanggan puas dalam layanan yang diberikan perusahaan.

Tak terkecuali perusahaan yang bergerak dalam bisnis jasa, dengan adanya perkembangan teknologi, bisnis jasa saat ini berkembang dengan pesat. Salah satunya bisnis jasa yang berkembang dengan pesat saat ini adalah bisnis jasa transportasi online, di Indonesia banyak sekali di jumpai kendaraan bermotor baik roda 2 maupun roda 4, kendaraan roda dua ini tidak hanya menjadi kendaraan pribadi saja namun juga dipakai sebagai kendaraan umum yaitu mengangkut orang atau barang yang bisa di sebut dengan nama ojek. Ojek sudah dikenal oleh masyarakat Indonesia secara luas, ojek tidak hanya terdapat di kota-kota besar saja seperti Jakarta, Bandung, Surabaya, tapi ojek juga terdapat di kota-kota kecil lainnya

seiring dengan perkembangan zaman saat ini transaksi yang dilakukan oleh ojek yang dulunya ojek menunggu penumpang di persimpangan jalan atau gang-gang perumahan, namun sekarang menggunakan sebuah aplikasi pemesanan ojek yang terdapat di *smartphone*. Dan berikut ini perbedaan ojek konvensional dan ojek online dari dilihat dari sudut pandang pelanggan.

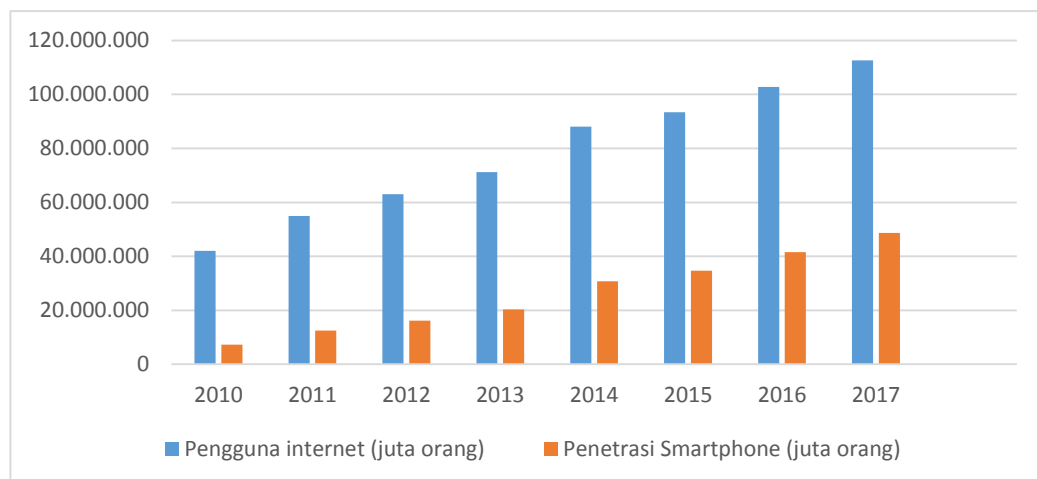
Tabel 1.1
Perbandingan Ojek Konvensional dan Ojek online

Jenis Transportasi	Keunggulan	Kelemahan
Ojek Konvensional	1. Harga yang bisa ditawarkan	1. Tidak adanya fasilitas keselamatan 2. <i>Driver</i> sering ugal-ugalan 3. Harga lebih mahal dibandingkan ojek online 4. Harus ke pangkalan ojek dulu jika ingin menggunakan ojek konvensional
Ojek Online	1. Harga yang lebih murah 2. Menyediakan fasilitas yang cukup lengkap untuk menunjang keselamatan 3. Kondisi kendaraan yang baik 4. Bisa dipesan melalui <i>smartphone</i>	1. Jika ingin menggunakan jasa ojek online harus memiliki <i>smartphone</i>

Sumber : Diolah oleh peneliti, 2018

Saat ini sudah banyak perusahaan-perusahaan yang membuahkan jasa layanan transportasi online seperti Gojek, Uber, Grab, Blu-jek, Taksi roda dua, Ojek syar'i, Bang ojek aja. Semua perusahaan ini memiliki sistem yang kurang lebih sama yaitu sebagai penyedia aplikasi pemesanan jasa transportasi online dan bermitra dengan masyarakat yang memiliki kendaraan. Walaupun saat ini banyak

perusahaan jasa transportasi online tapi bisnis ini masih sangat menjanjikan karena rata-rata pengguna internet di Indonesia selalu mengalami peningkatan hal itu bisa dilihat dari gambar di bawah ini.



Sumber : <https://www.franchiseglobal.com>, 2016

Gambar 1.1
Data Pengguna Internet dan Penetrasi Smartphone

Jumlah pengguna internet dan jumlah pengguna internet melalui *smartphone* semakin meningkat setiap tahunnya pada tahun 2010 pengguna internet sebesar 42 juta orang dan pengguna internet melalui *smartphone* sebesar 17.6% atau sekitar 7 juta orang dan terus mengalami peningkatan sampai diperkitakan ditahun 2017 jumlah pengguna internet sebesar 112.6 juta dan pengguna internet melalui *smartphone* 43.2% atau sekitar 48 juta hal ini menunjukkan bisnis ekonomi kreatif khususnya yang memanfaatkan teknologi masih sangat menjanjikan tak terkecuali bisnis jasa transportasi online.

Walaupun pasar jasa transportasi online masih besar namun banyaknya perusahaan ojek online saat ini menyebabkan persaingan semakin ketat. Faktor yang menjadi penyebab terjadinya hal tersebut yakni adanya persaingan harga dan

banyaknya alternatif pilihan jasa ojek online. Hal ini menyebabkan masyarakat menjadi lebih selektif dan menyebabkan masyarakat akan membandingkan jasa ojek online mana yang lebih baik, mengantisipasi keadaan tersebut maka perusahaan harus menciptakan keunggulan dari segi kualitas layanan, harga dan citra merek yang sesuai agar dapat menciptakan kepuasan pelanggan.

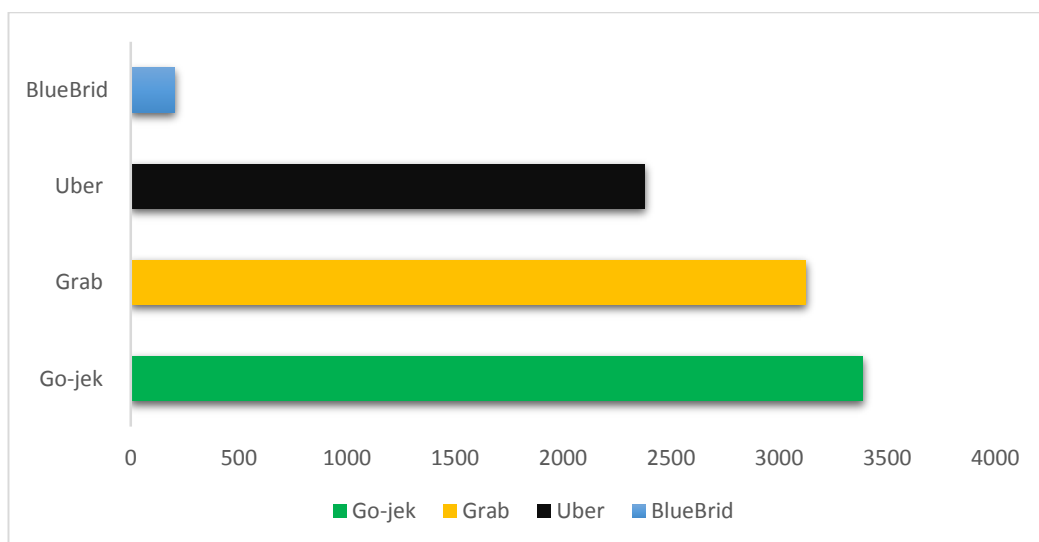
Peneliti mengambil tiga variabel yaitu kualitas layanan, harga dan citra merek dikarenakan kualitas layanan, harga dan citra merek akan mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan dalam menikmati suatu produk atau jasa, pendapat ini disampaikan oleh Irawan (2008 : 37) bahwa untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan ada lima faktor yaitu : kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, emosional faktor dan kemudahan.

Salah satu transportasi online yang populer saat ini adalah Gojek, PT Gojek Indonesia merupakan sebuah perusahaan teknologi asal Indonesia yang melayani angkutan melalui jasa ojek online. Perusahaan ini didirikan pada tahun 2011 di Jakarta oleh salah satu anak bangsa yaitu Nadiem Makarim dan Gojek juga mendapatkan banyak penghargaan antara lain dikuti dari CNNIndonesia.com, (2017) Gojek satu-satunya perusahaan yang berasal dari Asia Tenggara yang masuk dalam 50 perusahaan pengubah dunia versi *fortune* Perusahaan ini menempati peringkat 17 dari 50 perusahaan yang dinilai bisa mengubah wajah dunia. Bahkan Gojek berhasil mengungguli sejumlah perusahaan teknologi ternama seperti Microsoft, Accenture, hingga Airbnb, berikut daftar perusahaan pengubah dunia versi *fortune*.



Sumber : <https://www.news.idntimes.com, 2017>

Gambar 1.2
Daftra Perusahaan Pengubah Dunia Versi Fortune



Sumber: <https://www.merdeka.com, 2017>

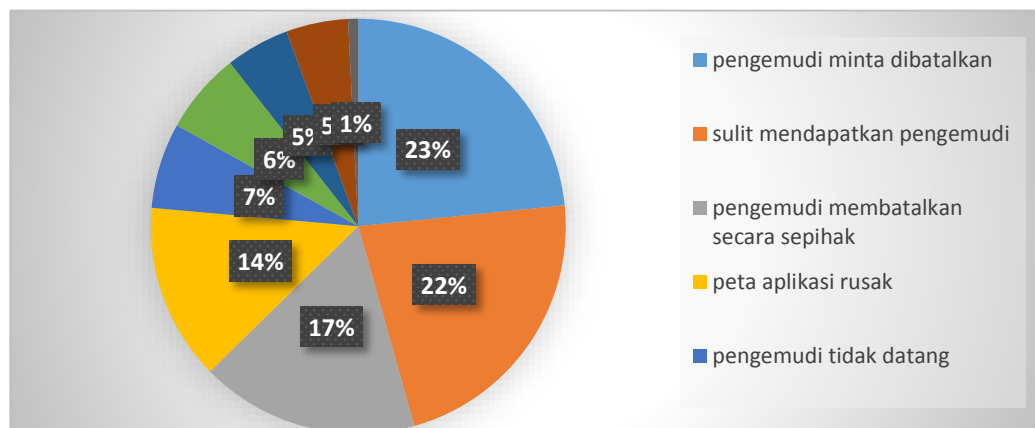
Gambar 1.3
Data Jumlah Pengguna Ojek Online Tahun 2017

Ketua pengurus harian YLKI Tulus Abadi menjelaskan resume hasil survei yaitu dari 4.668 responden tersebut, responden laki-laki sebanyak 55% dan

responden perempuan sebanyak 45%. Jika dilihat usia responden, paling banyak responden berusia 26 - 35 tahun (37%), disusul usia 36-45 tahun (23,6%) dan ketiga usia 17-25 tahun sebanyak 23,1%.

Gojek menempati urutan tertinggi dipilih konsumen, sekitar 3389 pengguna dari 4.668 responden menyatakan pernah menggunakan jasa Gojek, kemudian di susul Grab ditempat kedua yaitu sekitar 3123 pengguna dari 4.668 responden menyatakan pernah menggunakan jasa Grab, ditempat ke tiga ada Uber digunakan sekitar 2381 pengguna dari 4.668 responden menyatakan pernah menggunakan jasa Uber dan terakhir *My BlueBird* sekitar 205 pengguna dari 4.668 responden menyatakan pernah menggunakan jasa *My BlueBird*, dalam *survey* ini ada pelanggan yang menggunakan lebih dari satu jasa ojek online.

Selain itu dikutip dari merdeka.com, (2017) dari survei YLKI, sebanyak 41% responden mengaku pernah dikecewakan terhadap ojek online diantaranya :



Sumber : Diolah oleh peneliti, 2018

Gambar 1.4
Penyebab kekecewaan Pelanggan Transportasi Online

Dilihat dari tabel di atas paling banyak pelanggan kecewa disebabkan oleh penegemudi minta dibatalkan sebesar 25% atau 1041 responden, dan di tempat

kedua pelanggan merasa sulit mendapatkan pengemudi sebesar 23% atau sekitar 989 responden, selanjutnya pengemudi membatalkan secara sepihak sebesar 18 atau sekitar 757 responden, yang kemudian aplikasi peta *error* sebesar 14% atau sekitar 612 responden, pengemudi tidak datang sebanyak 7% atau sekitar 296 responden, kondisi kendaraan kurang baik sebesar 7% atau sekitar 282 responden, pengemudi ugal-ugak sebanyak 7% atau sekitar 221 responden, kendaraan bau asap rokok sebesar 5% atau sekitar 215 dan pengemudi merokok saat mengantarkan penumpang atau sekitar 35 responden, hal ini menunjukkan bahwa kebanyakan respondeng kecewa dengan pelayanan yang diberikan oleh pengemudi maka dari itu perusahaan jasa transportasi online harus meningkatkan standard pelayanan pengemudi.

Sedangkan untuk tarif ojek online memiliki perbedaan tarif sesuai dengan kebijakan disetiap masing-masing perusahaan, bisa dilihat ditabel dibawah ini :

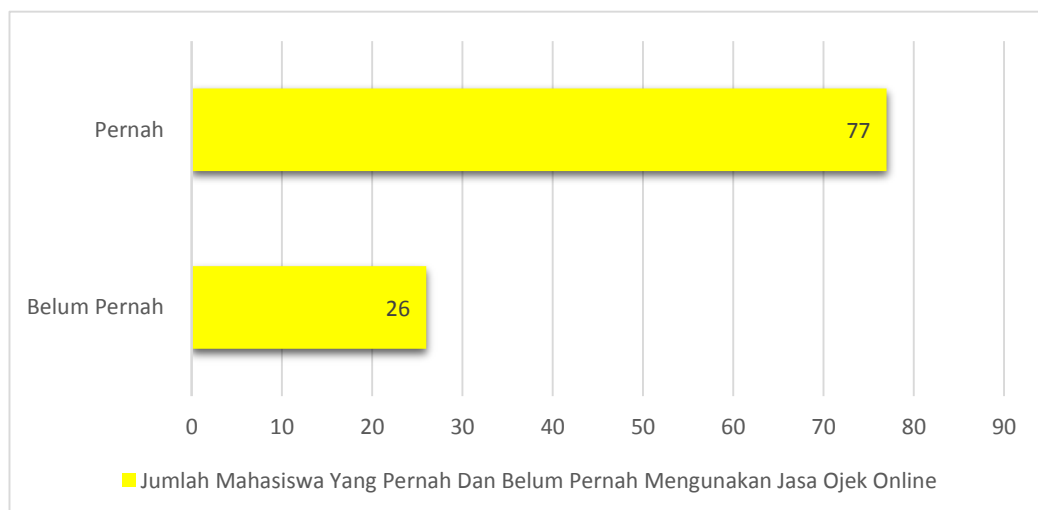
Tabel 1.2
Tarif Jasa Ojek Online

Platform	Jarak	Jam sibuk (06.00-09.00)	Jam sibuk (16.00-19.00)	Di luar jam sibuk
Go-Ride	0-9 kilometer	Rp 2.000/km dari kilometer pertama	Rp 2.000/km dari kilometer pertama	Rp 1.500/km dari kilometer pertama
	>9 kilometer	Rp 3.000/km dari kilometer ke 9.01	Rp 3.000/km dari kilometer ke 9.01	Rp 3.000/km dari kilometer ke 9.01
Grab	0-12 kilometer	Biaya tambahan Rp 2.500 per kilometer	Biaya tambahan Rp 2.500 per kilometer	Rp 1.750/km dari kilometer pertama
	>12 kilometer	Biaya tambahan Rp 3.000 per kilometer	Biaya tambahan Rp 2.500	Rp 1.750/km dari kilometer pertama dan tambahan Rp 3.000 per kilometer
Uber	0-12 kilometer	- Rp 1.250 per km	- Rp 1.250 per km	- Rp 1.250 per km
		- Biaya dasar perjalanan Rp 1.000	- Biaya dasar perjalanan Rp 1.000	- Biaya dasar perjalanan Rp 1.000
		- Biaya per menit Rp 100	- Biaya per menit Rp 100	- Biaya per menit Rp 100
		- Biaya pembatalan Rp 5.000	- Biaya pembatalan Rp 5.000	- Biaya pembatalan Rp 5.000
	>12 kilometer	Rp 2.000 per kilometer	Rp 2.000 per kilometer	Rp 2.000 per kilometer
Sumber: Riset HaloMoney.co.id				

Sumber: <https://www.halomoney.co.id>, 2018

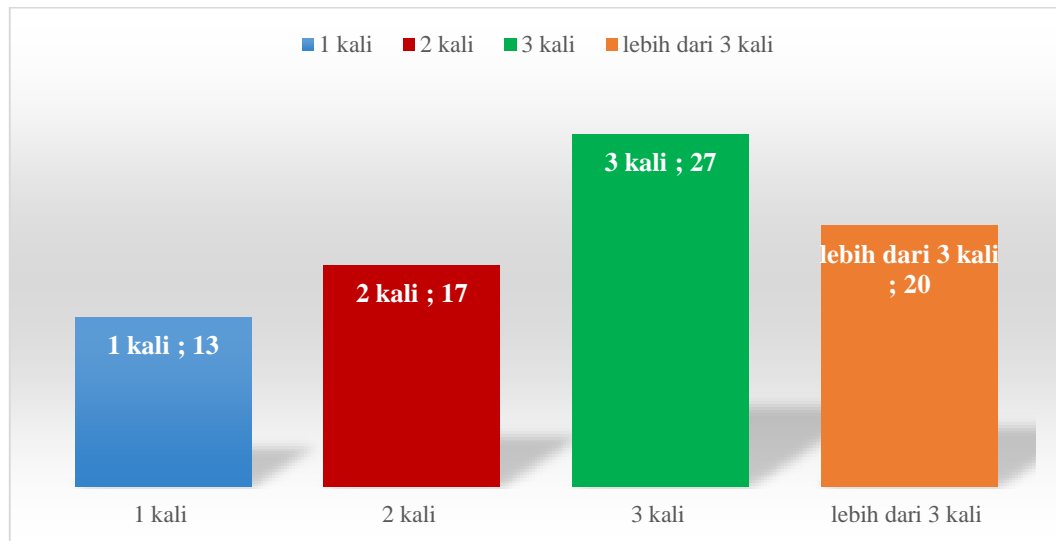
Tarif Gojek adalah sebesar Rp 2.000/km dan diluar jam sibuk sebesar 1.500/km jika jarak perjalanan di atas 9 km maka tarif akan naik sebesar Rp 3.000/km, sedangkan tarif Grab di jam sibuk sebesar Rp 2.500/km dan diluar jam sibuk sebesar 1.750/km jika jarak perjalanan di atas 12 km maka tarif akan naik sebesar Rp 3.000/ km, untuk Uber tarif di jam sibuk sebesar 1.250/km untuk tarif diluar jam sibuk Uber menetapkan harga yang masih sama jika berjalan di atas 12 km maka tarif Uber naik sebesar Rp 2.000/km.

Peneliti melakukan penelitian pada mahasiswa Universitas Muhamadiyah Gresik angkatan tahun 2017 dengan jumlah sebanyak 1.030 (BAA UMG). Pra-survei ini ingin mencari tau mengenai mahasiswa yang pernah menggunakan jasa transportasi online khususnya ojek online dengan jumlah mahasiswa sebesar 103 mahasiswa, hasilnya bisa dilihat tabel dibawah ini.



Sumber : Diolah oleh peneliti, 2018

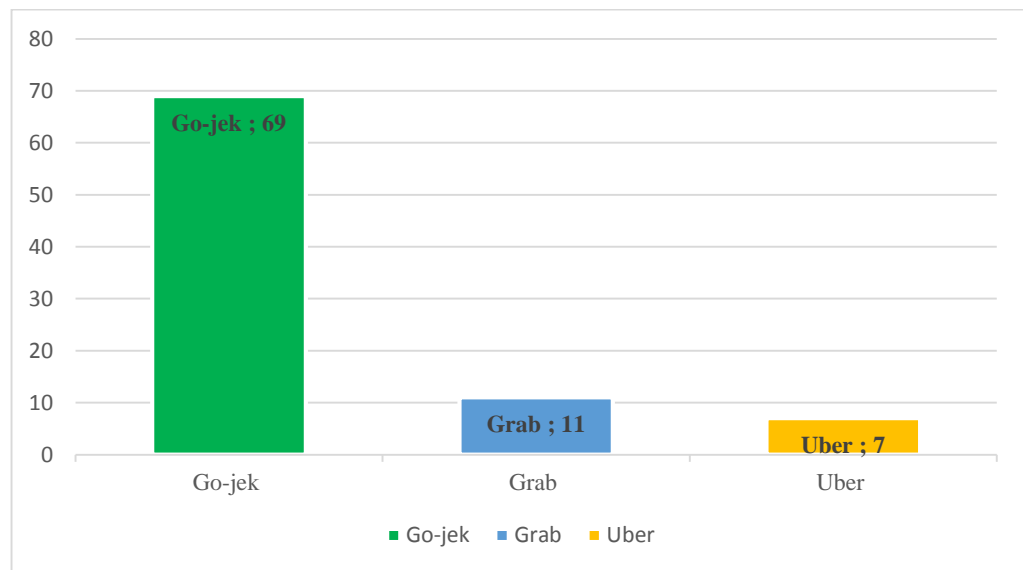
Gambar 1.5
Jumlah Mahasiswa Yang Pernah Dan Belum Pernah Menggunakan Jasa Ojek Online



Sumber : Diolah oleh peneliti, 2018

Gambar 1.6
Frekuensi Penggunaan Jasa Ojek Online

Berdasarkan pra-survei yang dilakukan kepada pelanggan yang pernah menggunakan jasa ojek online didapatkan sebanyak 103 mahasiswa menyatakan 26 orang belum pernah menggunakan jasa ojek online dan 77 mahasiswa sudah pernah menggunakan ojek online dan frekuensi penggunaan ojek online dalam 6 bulan terakhir 13 mahasiswa rata-rata hanya sekali menggunakan ojek online, 17 mahasiswa rata-rata menggunakan ojek online dua kali, 27 mahasiswa menggunakan rata-rata tiga kali dan 20 mahasiswa rata-rata menggunakan ojek online lebih dari tiga kali.



Sumber : diolah oleh peneliti (2018)

Gambar 1.7 **Jenis Ojek Online Yang Pernah Digunakan**

Berdasarkan pra-survei yang dilakukan kepada pelanggan yang pernah menggunakan jasa ojek online, sebanyak 69 mahasiswa dari 77 mahasiswa Universitas Muhammadiyah Gresik angkatan tahun 2017 pernah menggunakan Gojek, sebesar 11 mahasiswa dari 77 mahasiswa Universitas Muhammadiyah Gresik angkatan tahun 2017 menggunakan Grab dan 7 mahasiswa dari 77 mahasiswa Universitas Muhammadiyah Gresik angkatan tahun 2017 pernah menggunakan Uber. “Satu orang mahasiswa ada yang pernah menggunakan lebih dari satu aplikasi ojek online”. peneliti beralasan kenapa penelitian mengambil objek mahasiswa karena berdasarkan survei yang dilakukan YLKI konsumen berusia 17- 25 tahun menggunakan lebih sedikit jasa ojek online padahal diusia 17- 25 tahun rata-rata adalah mahasiswa dikutip dari CNNIndonesia.com pengguna internet paling banyak adalah kalangan anak muda berusia 20- 24 tahun. Dan alasan peneliti mengambil objek mahasiswa Universitas Muhammadiyah Gresik angkatan tahun

2017 adalah dikutip dari Gojek.com Gojek baru masuk di kota Gresik pada tahun 2017.

Terdapat alasan mengapa Gojek di jadikan objek penelitian ini, yaitu Gojek sebagai perusahaan jasa transportasi online yang berasal dari Indonesia dan dapat mengungguli perusahaan dari luar negeri yang beroperasi di Indonesia seperti Uber dan Grab. Dalam penelitian ini hanya mengambil pada jasa layanan *GoRide* karena pada layanan *GoRide* pelanggan dapat merasakan layanan mulai dari pemesanan sampai pengantaran.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini berjudul “**Pengaruh Kualitas Layanan, Harga Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Gojek (Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Gresik Angkatan Tahun 2017)**”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka rumusan masalah yang digunakan adalah:

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi Gojek ?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi Gojek ?
3. Apakah citra merek berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi Gojek ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, adapun tujuan dari penelitian adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi Gojek.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi Gojek.
3. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi Gojek.

1.4 Manfaat Penelitian

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 layanan, harga, citra merek 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 layanan, harga, dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi Gojek di Kota Gresik, sehingga dapat menjadi masukan bagi perusahaan PT. Gojek Indonesia khususnya di Gresik untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat memengaruhi kepuasan konsumen.

3. Bagi Universitas

Memberikan tambahan referensi penelitian khususnya tentang kepuasan pelanggan di perpustakaan.

