

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Transportasi merupakan sarana yang sangat penting dalam mendukung aktivitas atau mobilitas manusia setiap harinya sehingga harus dipersiapkan dengan baik dan aman karena sangat berpengaruh dalam kegiatan – kegiatan seperti perekonomian, pengiriman barang atau jasa, angkutan penumpang dan sebagainya. Dari berbagai jenis alat transportasi di Indonesia seperti darat, laut dan udara, transportasi darat merupakan salah satu yang diberi perhatian khusus oleh pemerintah dan para pengguna jasa transportasi karena disamping murah sampai dengan saat ini transportasi masih merupakan primadona bagi sebagian besar masyarakat Indonesia.

Sebelum adanya transportasi ojek online, ojek pangkalan lebih dahulu menyediakan jasa transportasi berupa sepeda motor tanpa harus menggunakan aplikasi untuk memesan. Penumpang dan Pengendara ojek pangkalan sebelumnya menentukan tarif harga dengan cara tawar menawar terlebih dahulu untuk menentukan tarif harga yang sesuai dengan tujuan penumpangnya. Ojek pangkalan bisa di temui di persimpangan jalan yang ramai, stasiun, depan pasar dan stasiun.

Semakin berkembangnya internet di tengah – tengah pertumbuhan penduduk yang begitu pesat, internet sangat dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Kehadiran jasa transportasi online yang menggunakan internet sangat berpengaruh bagi masyarakat dalam segala aktivitas secara cepat dan efisien. Sekarang muncul bisnis baru transportasi online yaitu suatu usaha komersial yang

menyediakan jasa layanan bagi umum dan dikelola secara profesional. Salah satu bisnis yang sedang berkembang saat ini adalah bisnis jasa transportasi dengan sepeda motor atau yang dulu biasa disebut ojek.

PT. Gojek Indonesia didirikan pada tahun 2010 oleh Nadiem Makarim. Gojek merupakan sebuah perusahaan teknologi asal Indonesia yang melayani angkutan melalui jasa ojek online. Perusahaan tersebut sudah meluncurkan aplikasi *mobile* Go-jek berbasis *location based search* untuk smartphone berbasis android dan iOS (*Apple*). Melalui aplikasi ini, Driver Gojek dapat melihat order yang masuk dan lokasi pemesannya untuk ditanggapi, dan pelanggan dapat melihat posisi Driver Gojek yang sudah menerima orderan. Gojek telah beroperasi di wilayah Jabodetabek, Medan, Surabaya, Yogyakarta, Bali dan Balikpapan. Tidak hanya melayani jasa antar penumpang (*Go ride*), Gojek juga melayani jasa penumpang menggunakan mobil (*Go car*), jasa pengiriman barang (*Go send*), jasa pesan antar makanan (*Go food*), layanan belanja (*Go shop*), jasa layanan untuk membeli obat (*Go Med*), jasa layanan memindahkan barang besar (*Go Box*) dan sebagainya.

Setiap pengendara Gojek akan mendapatkan masing – masing dua buah jaket, helm dan perlengkapan masker serta helm untuk penumpang. Pelanggan dapat menentukan tempat penjemputan dan tempat pengantaran, kemudian muncul tarif yang perlu dibayarkan oleh pelanggan, tarif yang ditetapkan ojek online tidak terlalu berbeda dengan ojek pada umumnya. Dengan ditampilkannya tarif secara langsung saat memesan, maka pelanggan akan lebih mudah dan tahu berapa biaya yang harus disiapkan.

Tabel 1.1
Jumlah Jenis Kelamin per RW di Kelurahan Kebayoran Lama Selatan
Tahun 2021

RW	Laki – laki	Perempuan	Jumlah
1	1.949	1.917	3.866
2	1.926	1.894	3.820
3	1.568	1.490	3.058
4	3.250	3.052	6.302
5	2.619	2.573	5.192
6	1.432	1.418	2.850
7	2.483	2.389	4.872
8	1.035	984	2.019
9	1.676	1.590	3.266
10	1.845	1.799	3.644
11	2.058	1.927	3.985
12	1.799	1.760	3.559
Total	23.640	22.793	46.433

Pada tabel 1.1 menunjukkan data penduduk di Kelurahan Kebayoran Lama Selatan tahun 2021 jumlah RW yang ada di Kelurahan Kebayoran Lama Selatan yaitu 12 RW. Jumlah jenis kelamin laki – laki yang ada di 12 RW daerah Kelurahan Kebayoran Lama Selatan yaitu 23.640 jiwa. Dan jumlah kelamin Perempuan yang ada di 12 RW daerah Kelurahan Kebayoran Lama Selatan yaitu 22.793 jiwa.

Situasi persaingan yang semakin ketat menyebabkan perusahaan sulit untuk meningkatkan jumlah pelanggannya, dalam hal ini setiap perusahaan di bidang jasa layanan transportasi online akan meluncurkan berbagai strategi pemasaran pada perusahaan mereka. Sehingga banyak dari konsumen yang sering berpindah –

pindah untuk menggunakan jasa layanan transportasi online. Hal ini dapat dilihat dari data naik turunnya Top Brand Award pada setiap jasa layanan transportasi online yang disimpulkan pada tabel 1.2

Tabel 1.2
Jumlah Pengguna Transportasi Ojek Online Gojek dan Grab

Merek	2018		2019		2020	
	TBI	TOP	TBI	TOP	TBI	TOP
Gojek	44.9%	TOP	44.6%	TOP	47.3%	TOP
Grab	48.0%	TOP	43.1%	TOP	43.5%	TOP

Berdasarkan tabel 1.2 menyatakan bahwa Grab mendominasi pada tahun 2018. Sementara Gojek sebagai pesaing diperingkat ke dua. Disamping itu *Top Brand* Gojek tahun 2018 presentase 44.9%. Di tahun berikutnya 2019 Gojek mengalami penurunan 44.6%. Tahun 2020 Gojek menunjukkan kemampuan untuk menaikkan *Top Brand* Jasa Transportasi Online mencapai 47.3%. Hal ini yang mendorong peneliti ingin melakukan penelitian terhadap beberapa masalah dan strategi yang mempengaruhi kepuasan pelanggan Gojek di Kelurahan Kebayoran Lama Selatan. Obyek yang dipilih peneliti yaitu di Wilayah Kelurahan Kebayoran Lama Selatan.

Di wilayah Kelurahan Kebayoran Lama Selatan terdiri dari 12 RW dengan jumlah penduduk 46.433 (Dukcapil.2021) Kelurahan Kebayoran Lama Selatan. Dari observasi peneliti (46.433) dengan sampling 60, bahwa pengguna 2 jasa layanan transportasi online menemukan fakta sebagaimana dalam tabel 1.3

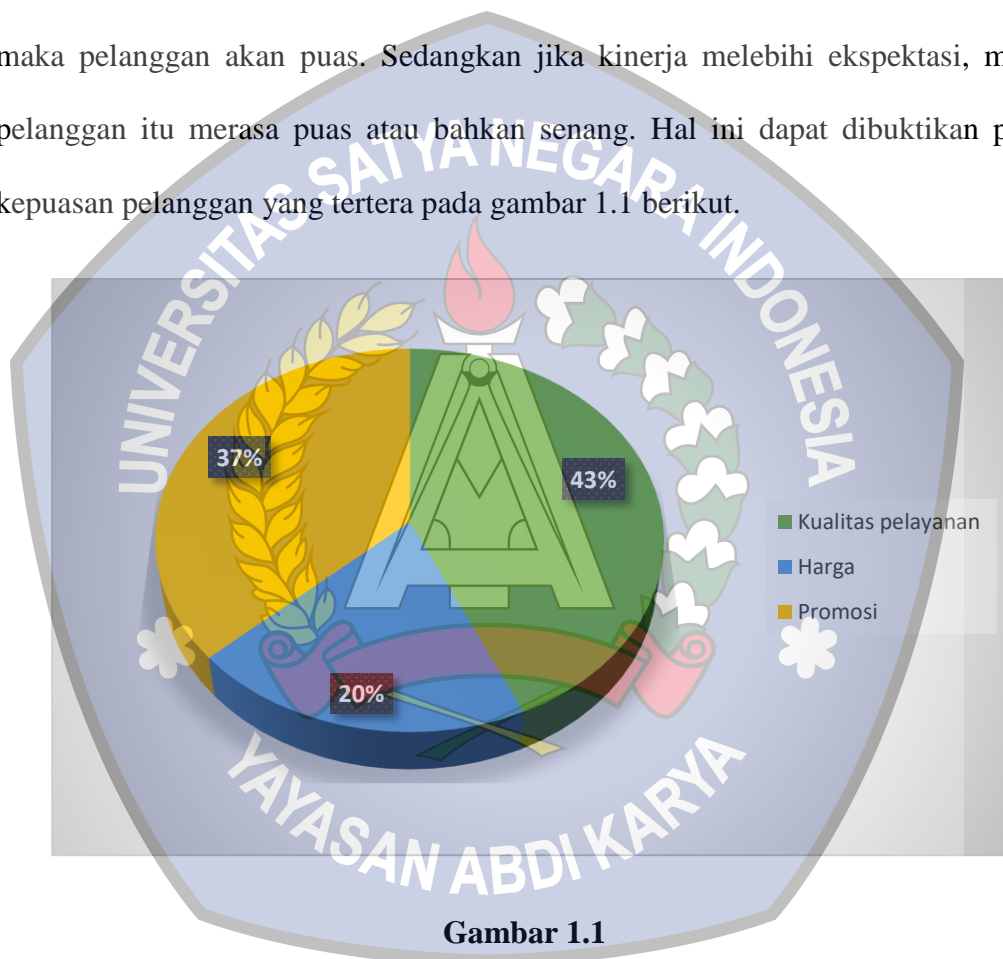
Tabel 1.3

**Jumlah Pengguna Transportasi Online Gojek di wilayah Kelurahan
Kebayoran Lama Selatan berdasarkan jenis kelamin**

RW	Laki – laki	Perempuan
1	3	2
2	4	1
3	3	2
4	3	2
5	3	2
6	3	2
7	3	2
8	3	2
9	3	2
10	3	2
11	3	2
12	3	2
Jumlah	37	23

Pada tabel 1.3 menunjukkan data survei diatas ditemukan fakta bahwa, kebanyakan populasi di kelurahan Kebayoran Lama Selatan yang menggunakan Jasa Transportasi Online Gojek yaitu Laki – laki dengan jumlah 37 orang. Sedangkan Perempuan yang menggunakan Jasa Transportasi Online Gojek dengan jumlah 23 orang. Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil suatu produk atau jasa dengan ekspektasi mereka. jika kinerja dibawah ekspektasi maka pelanggan tidak puas. Jika sesuai dengan ekspektasi, pelanggan puas. Jika melebihi ekspektasi, maka pelanggan sangat puas atau senang.

Seorang pelanggan puas atau tidak, sangat tergantung pada kualitas pelayanan yang dilakukan oleh pengemudi Gojek dan apakah pelanggan dapat menginterpretasikan adanya deviasi atau gap di antara kinerja dan ekspektasi tersebut. Apabila kinerja lebih rendah di bandingkan ekspektasi, maka pelanggan bersangkutan akan merasa tidak puas. apabila kinerja sama dengan ekspektasi, maka pelanggan akan puas. Sedangkan jika kinerja melebihi ekspektasi, maka pelanggan itu merasa puas atau bahkan senang. Hal ini dapat dibuktikan pada kepuasan pelanggan yang tertera pada gambar 1.1 berikut.



Gambar 1.1

Diagram kepuasan pelanggan terhadap Jasa Transportasi Online Gojek di wilayah Kelurahan Kebayoran Lama Selatan

Pada gambar 1.1 menunjukkan bahwa pengguna Jasa Transportasi Online Gojek lebih puas terhadap Kualitas pelayanan pada Jasa Transportasi Online Gojek dengan presentase 43%. Faktor kedua yaitu, pelanggan puas terhadap promosi Gojek dengan presentase 37%. Faktor ketiga yang membuat pelanggan puas yaitu

harga dengan presentase 20%. Pada dasarnya yang menjadi tujuan utama dalam suatu perusahaan adalah kepuasan pelanggan dimana situasi yang ditunjukkan oleh pelanggan saat mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan apa yang diharapkan dapat terpenuhi secara baik. Unsur pertama yang memberi pengaruh bagi kepuasan pelanggan ialah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan adalah sumber penentu untuk perusahaan dapat mempertahankan pelanggan.

Kualitas Pelayanan yang bisa memuaskan pelanggan akan berdampak terjadinya penggunaan Aplikasi Gojek secara berulang – ulang yang akan berdampak baik kepada perusahaan dan kualitas pelayanan yang baik dapat membantu untuk menjaga jarak dengan pesaing.

Fenomena yang terkait kualitas dengan pelayanan pada Gojek dengan memberikan pelayanan yang cukup baik dan pengendara Gojek menggunakan atribut yang sudah ditetapkan dari pihak kantor, pengendara Gojek bersikap ramah kepada pelanggan minimal memberikan senyum, salam dan sapa kepada setiap pelanggan Gojek yang akan menggunakan jasa layanan Aplikasi Gojek supaya memberikan kenyamanan kepada pelanggan.

Faktor kedua harga merupakan point penting dalam memuaskan konsumen, karena harga merupakan jumlah uang yang diperlukan sebagai penukar berbagai kombinasi produk dan jasa. Dengan demikian, suatu harga haruslah dihubungkan dengan bermacam – macam barang yang akhirnya akan sama dengan sesuatu yaitu produk atau jasa.

Fenomena yang terkait dengan harga yaitu dengan memberikan diskon harga kepada pelanggan yang sudah menggunakan Aplikasi Gojek secara berulang – ulang. Keluhan yang disampaikan pelanggan Gojek di Kelurahan Kebayoran Lama Selatan menyangkut harga yang mahal. Hal tersebut menyatakan bahwa variabel harga sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Faktor ketiga promosi yang dilakukan Gojek menciptakan suatu penilaian pada konsumen sehingga terciptanya brand image terhadap jasa layanan gojek. Promosi adalah sebagai kabar untuk membujuk dan mengingatkan pasar target atas perusahaan dan jasa layanan dari gojek.

Fenomena terkait dengan promosi yang dilakukan perusahaan gojek yaitu dengan memberikan diskon spesial libur nasional, promo *buy one get one*, voucher atau kupon untuk pelanggan yang melakukan pembelian lebih dari nominal tertentu, diskon media sosial diberikan kepada pelanggan yang mengunggah salah satu restoran yang sudah berkerjasama dengan gojek.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Cindy Papyayanti (2020) yang membuktikan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan menurut penelitian Marlina (2020) Kualitas Pelayanan secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Jimmy Fachmy, Syahnur Said, Mapparenta (2019) menentukan hasil bahwa harga secara parsial dapat diketahui bahwa variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan menurut penelitian Putri Nafa Berliana, Suharyati, Tati

Handayani (2020) menyatakan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan kepuasan pelanggan.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Dewa Gede Wahyu Santosa & I.A Mahyuni (2021) menyatakan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan menurut penelitian yang dilakukan oleh Yani Dahliani & Rohmat Hasanul Ahwal (2021) menyatakan bahwa promosi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan fenomena tersebut dan adanya perbedaan hasil penelitian sebelumnya maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian selanjutnya dengan judul **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA CUSTOMER GOJEK DI WILYAH KELURAHAN KEBAYORAN LAMA SELATAN.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian diatas, maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah.

1. Apakah kualitas pelayanan, harga dan promosi berpengaruh simultan terhadap kepuasan pelanggan pada customer Gojek?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada customer Gojek?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada customer Gojek?
4. Apakah promosi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada customer Gojek?

C. Tujuan dan kegunaan penelitian

1. Tujuan penelitian

- a. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga dan promosi terhadap kepuasan pelanggan pada customer Gojek di Kelurahan Kebayoran Lama Selatan?
- b. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada customer Gojek di Kelurahan Kebayoran Lama Selatan?
- c. Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap kepuasan pelanggan pada customer Gojek di Kelurahan Kebayoran Lama Selatan?
- d. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap kepuasan pelanggan pada customer Gojek di Kelurahan Kebayoran Lama Selatan?

2. Kegunaan Penelitian

Adapun hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut.

- a. Bagi peneliti
Penelitian ini diharapkan sebagai salah satu syarat untuk memenuhi kelulusan program strata (S1) pada mahasiswa/i Universitas Satya Negara Indonesia.
- b. Bagi perusahaan
Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau bahan pertimbangan dan evaluasi bagi pihak manajemen perusahaan Gojek

dalam menentukan pengembangan perusahaan di masa yang akan datang khususnya untuk kepuasan pelanggan kepada customer Gojek.

c. Bagi pihak lain

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh pihak – pihak yang berkepentingan baik digunakan sebagai referensi atau bahan teori untuk peneliti selanjutnya.

