

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Jasa transportasi merupakan sarana yang sangat penting di dalam kehidupan masyarakat. Transportasi digunakan setiap masyarakat untuk memperlancar aktivitas sehari-harinya, setiap orang tentu membutuhkan transportasi dalam berbagai kegiatan seperti bekerja, bersekolah, bepergian maupun aktivitas lainnya. Disebabkan begitu besarnya peran transportasi, maka transportasi perlu untuk ditata dalam suatu sistem transportasi nasional yang terpadu untuk mewujudkan tersedianya jasa transportasi yang aman, nyaman, cepat, teratur dan dengan biaya yang bisa dijangkau oleh semua lapisan masyarakat.

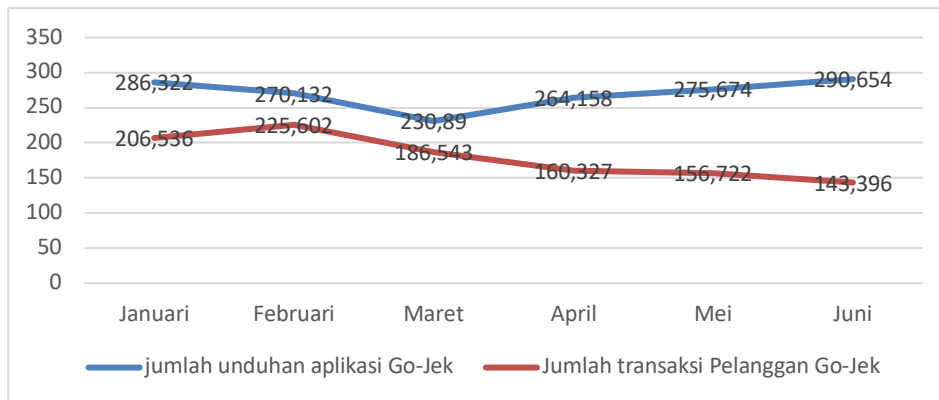
Perusahaan ojek online yang sedang meningkat pesat yaitu Gojek, Gojek merupakan perusahaan yang didirikan oleh anak bangsa yang bernama Nadiem Makarim bersama temannya Michaelangelo Moran pada bulan Maret 2014, yang bertujuan untuk mengurangi pengangguran di Indonesia dan menjadi solusi kemacetan di ibukota.

Cara kerja Gojek yaitu menggunakan aplikasi yang terhubung dengan internet. Gojek yang mempunyai sistem operasi berbasis aplikasi ini sangat mudah digunakan baik oleh para pekerja, mahasiswa, anak sekolah bahkan masyarakat luas lainnya, meski tidak semua dapat menggunakan jasa ojek *online* ini tetapi gojek merupakan solusi alternative bagi para pengguna jasa tersebut. Sehingga para pengguna tidak perlu menunggu dipinggir jalan atau mendatangi ke pangkalan ojek. Pemesanan melalui aplikasi Gojek sesuai kebutuhan. Gojek siap untuk melayani pelanggan yang berada dimana saja.

Perusahaan berlomba-lomba untuk menarik konsumen dengan mengedepankan pelayanan prima dari pihak perusahaan, sehingga dengan begitu maka konsumen akan merasakan kepuasan dan bisa mendorong orang tersebut kepada loyalitas. Tidak seluruhnya sesuai keinginan dengan menggunakan system jasa transportasi *online* ini. Ada saja kekurangan yang ditimbulkan oleh sistem

transportasi berbasis *online* ini salah satunya dari segi pelayanan meski pihak perusahaan mengedepankan pelayanan yang lebih baik, tetapi kenyataannya bahwa konsumen ataupun pelanggan tetap saja mengeluhkan pelayanan yang ada pada penyedia jasa transportasi *online* ini baik itu dari segi digitalisasinya seperti dari aplikasi maupun dari segi pelayanan drivernya yang terkadang tidak mematuhi aturan yang telah menjadi standarisasi dari pihak perusahaan penyedia jasa tersebut.

Jasa transportasi berbasis aplikasi online banyak dipilih oleh publik dikarenakan proses order yang mudah, perhitungan cost lebih transparan, dan service yang lebih memuaskan, dikarenakan pelanggan tidak perlu keluar rumah untuk memesan jasa ini, cukup bermodalkan akses internet dan perangkat smartphone. Aplikasi ini tidak hanya melayani jasa untuk mengantarkan penumpang ke berbagai tempat tujuan saja, namun jasa transportasi online juga menambahkan berbagai macam opsi berupa servis tambahan sebagai kurir, yaitu bisa sebagai kurir pengantar barang, membelikan makanan dan minuman di berbagai outlate yang telah menjalin kerjasama dengan bisnis transportasi online serta berbagai keperluan lain sampai dengan layanan jasa kebersihan profesional tiket untuk membersihkan kos, kantor dan rumah. Untuk pengguna mereka menemukan sebuah jasa transportasi yang mempunyai keunggulan dikarenakan adanya kemudahan, lebih murah, lebih nyaman, serta mampu dikatakan aman juga



Gambar 1. 1 Kurva Transaksi Pelanggan Go-Jek

Sumber : PT Go-Jek Indonesia, 2018

Gambar 1.1 merupakan kurva transaksi Pelanggan Go-Jek dengan membandingkan pada tingkat Unduhan Aplikasi Gojek. Terdapat *gap* atau rentang yang sangat tinggi antara tingkat Unduhan konsumen dengan konsumen yang melakukan transaksi penggunaan jasa transportasi online Gojek tersebut.

Tingginya gap antara unduhan aplikasi dengan jumlah konsumen yang melakukan transaksi jasa transportasi online dapat diperkirakan disebabkan oleh beberapa faktor kemungkinan yang terbesar seperti berikut: <https://id.techinasia.com>

- a. Tidak mengerti bagaimana mengoperasikan aplikasi go-jek tersebut.
- b. Pelayanan dari mitra Go-jek tidak memberikan kepuasan terhadap konsumen.
- c. Pesaing memberikan penawaran yang lebih menarik terhadap konsumen sehingga konsumen Go-jek berpindah. (<https://id.techinasia.com>)

Faktor-faktor tersebut merupakan indikator bagaimana konsumen merasa tidak puas dengan Go-jek, Upaya untuk memenuhi kepuasan pada diri konsumen dalam menggunakan jasa transportasi Go-jek yaitu dengan memberikan pelayanan secara online dan pelayanan secara langsung dari pihak yang bermitra dengan Go-jek tersebut secara resmi. Ini menjadi perhatian penting bagi perusahaan transportasi online untuk memberikan kepuasan kepada konsumen. Dampak dari kepuasan yang timbul pada diri konsumen juga dapat membuat konsumen akan tetap loyal terhadap jasa transportasi online tersebut.

Berdasarkan hasil survey online untuk pelayanan transportasi online oleh Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI). Survei dilakukan pada 5-16 April 2017, dengan melibatkan 4.668 responden, menunjukkan bahwa alasan utama responden memilih menggunakan transportasi online, adalah murah yakni 84,1 persen. Disusul alasan cepat (81,9 persen), nyaman (78,8 persen), dan terakhir alasan aman sebanyak 61,4 persen. <https://wartakota.tribunnews.com>

Aplikasi Gojek menduduki rating tertinggi dipilih konsumen, sebanyak 72,6 persen; kemudian Grab sebanyak 66,9 persen; Uber digunakan oleh 51 persen dan terakhir My BlueBird sebanyak 4,4 persen. Hasil survey juga menjelaskan bahwa secara dominan konsumen menjawab pelayanan sangat baik (77,7 persen), kemudian cukup 21,8 persen, kurang baik 0,4 persen dan menjawab sangat buruk sebanyak 0,1 persen. Namun ketika ditanyakan apakah konsumen pernah dikecewakan oleh pelayanannya; sebanyak 41 persen responden mengaku pernah dikecewakan, dan sebaliknya 59 persen responden tidak pernah dikecewakan. <https://wartakota.tribunnews.com>

Hasil survey menjelaskan 13 ragam keluhan yang dialami konsumen, yakni antara lain: pengemudi minta dibatalkan sebanyak 1.041 responden (22.3 persen), sulit mendapatkan pengemudi sebanyak 989 responden (21.19 persen), pengemudi membayarkan secara sepihak sebanyak 757 responden (16.22 responden), aplikasi map rusak/error sebanyak 612 responden (13.11 persen), pengemudi tidak datang sebanyak 296 responden (6.34 persen), kondisi kendaraan

kurang baik sebanyak 282 responden (6.04 persen), pengemudi ugal-ugalan sebanyak 221 responden (4.73 persen), kendaraan bau asap rokok sebanyak 215 responden (4.61 persen), dan pengemudi merokok saat mengemudi sebanyak 35 responden (0.75 persen). Hal ini menandakan tidak adanya standar pelayanan minimal yang diberikan oleh operator transportasi yang bersangkutan. Dampaknya potensi kerugian konsumen sangat besar. <https://wartakota.tribunnews.com>

Go-Jek memaksimalkan e- service yang dimiliki dengan berbagai macam fasilitas untuk membuat masyarakat menjadi mudah dan efisien sebagai dampak dari berkembangnya teknologi serta globalisasi oleh karena itulah penulis mengasumsikan bahwa ketika pelanggan merasakan pengalaman bertransaksi yang baik, maka tingkat loyalitas akan meningkat sama halnya ketika Pelanggan akan loyal karena ia merasa puas tetapi tanpa merasa puas pun pelanggan juga akan tetap loyal terhadap perusahaan, karena e-service quality yang diberikan Go-Jek saat ini cukup efektif serta efisien.

Meningkatnya intensitas persaingan dari pesaing menuntut perusahaan GoJek untuk melakukan inovasi dalam memberikan pelayanan kepada para pelanggan dan untuk mendapatkan pelanggan baru, dengan cara memaksimalkan pelayanan mereka secara elektronik melalui internet yang dikenal dengan e-service. E-service quality, merupakan versi baru dari service quality (ServQual). E-Service Quality dikembangkan berdasarkan kemajuan teknologi informasi yang ada untuk mengevaluasi suatu pelayanan yang diberikan pada jaringan internet.

E-Service Quality yang baik akan mendukung perusahaan dalam memberikan pelayanan yang lebih baik lagi sehingga menciptakan kepuasan pada pelanggan yang selanjutnya akan berpengaruh pada loyalitas terhadap perusahaan untuk meningkatkan jumlah pembelian dan menarik pelanggan baru, maka diperlukan analisis E-Service Quality terhadap loyalitas pelanggan yang di moderasi tingkat kepuasan pelanggan jasa transportasi online Gojek di Kota Malang.

1.2 Rumusan Masalah

Permasalahan yang menjadi fokus untuk diteliti lebih lanjut pada pengaruh EService Quality terhadap loyalitas dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel moderasi adalah sebagai berikut:

1. Apakah E-Service Quality berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan jasa transportasi online Gojek di Kota Malang

2. Apakah Kepuasan Pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan jasa transportasi online Gojek di Kota Malang
3. Apakah kepuasan pelanggan dapat memoderasi pengaruh E-Service Quality terhadap loyalitas pelanggan jasa transportasi online Gojek di Kota Malang?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis E-Service Quality berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan jasa transportasi online Gojek di Kota Malang.
2. Untuk menganalisis Kepuasan Pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan jasa transportasi online Gojek di Kota Malang.
3. Untuk menganalisis kepuasan pelanggan dapat memoderasi pengaruh EService Quality terhadap loyalitas pelanggan jasa transportasi online Gojek di Kota Malang.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi bagi Gojek di Kota Malang, untuk digunakan sebagai informasi dalam memahami perilaku pelanggannya dan dapat digunakan untuk meningkatkan loyalitas konsumen.

2. Manfaat teoritis

Menambah wawasan dan referensi kepustakaan mengenai ilmu pengetahuan di bidang pemasaran yaitu tentang pengembangan manajemen pemasaran, terutama yang mengkaji tentang sektor jasa *Ojek Online* terutama e-service quality, kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen.