

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Di era milenial, transportasi adalah sarana yang sangat dibutuhkan, karena sangat efektif dalam melakukan pekerjaan dan dapat membantu memenuhi kebutuhan sehari-hari. Transportasi sendiri ada tiga bagian, yaitu : jalur darat, jalur laut, dan jalur udara. Dimana jalur darat masih menjadi primadona, yang mana mayoritas masyarakat lebih memilih jalur darat untuk memenuhi kebutuhannya. Masyarakat cenderung memiliki ketergantungan yang tinggi pada transportasi, dengan alasan agar waktu diperjalanan sangat efisien. Di era ini, teknologi informasi sangat berkembang pesat dan memberikan pengaruh yang besar terhadap berbagai aspek kehidupan manusia. Pengaruh tersebut dapat dilihat dari perubahan cara orang melakukan transaksi, terutama dalam dunia bisnis. Salah satu hasil dari kemajuan teknologi informasi yang berkontribusi sangat besar terhadap perubahan adalah internet. Menurut Allan (2005) menjelaskan bahwa internet merupakan sekumpulan jaringan komputer yang saling terhubung satu sama lain secara fisik dan juga memiliki kemampuan untuk membaca dan menguraikan berbagai protokol komunikasi tertentu yang sering kita kenal dengan istilah Internet Protocol (IP) serta Transmission Control Protocol (TCP). Protokol sendiri, lebih lanjut didefinisikan oleh Alan sebagai sebuah spesifikasi sederhana mengenai bagaimana dua atau lebih komputer dapat saling bertukar informasi.. Dengan adanya internet, perusahaan mulai merubah cara melakukan transaksi bisnisnya, dari cara lama yang prosesnya memakan waktu dan biaya yang besar menjadi proses yang lebih cepat dan lebih efisien.

Ditengah pertumbuhan penduduk yang tinggi, internet sangat dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Hadirnya jasa transportasi berbasis aplikasi mobile yang menggunakan internet dan smartpone, sangat berpengaruh bagi masyarakat untuk menunjang segala aktifitas secara cepat dan efisien. Salah satu bisnis yang sedang berkembang dan marak saat ini adalah bisnis jasa transportasi taxi dengan sepeda motor atau yang biasa disebut ojek. Jika dahulu ojek dikelola oleh beberapa orang secara konvensional dan berkelompok/paguyuban,

sekarang muncul bisnis baru taxi motor berbasis online yaitu suatu usaha komersial, yang menyediakan jasa transportasi bagi umum dan dikelola secara profesional.

Maraknya jasa transportasi yang bermunculan, membuat persaingan semakin ketat, hal itu yang dihadapi oleh pengemudi. Di setiap sudut jalan besar dan area pasar, serta terminal, banyak ditemui para pengemudi. Jika dilihat dengan cermat, ada beberapa hal yang harus dibenahi dalam layanan ojek saat ini, seperti keselamatan, etika dalam melayani pelanggan, serta harga layanan yang wajar. Harga layanan banyak yang tidak wajar, sehingga para pengguna jasa transportasi ojek banyak yang mengeluhkan. Pengemudi ojek memasang tarif layanan semau mereka sendiri. Tarif ojek untuk jarak dekat tidak selisih jauh dengan taksi mobil biasa. Muncul ide perusahaan taxi motor, dengan basis online yang berbeda dengan ojek umumnya. Dikelola secara profesional, dengan menyediakan call center dan kantor. Layanan yang diberikan memang lebih standar seperti standar keselamatan, etika dalam melayani pelanggan dan yang paling penting yaitu tarif yang sudah baku.

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. Para pelanggan 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 yang menyediakan transportasi berbasis online tersebut memberikan layanan utama yaitu GO-Ride melayani pengantaran penumpang, selain pengantaran penumpang, Gojek juga memberikan layanan seperti GO-Send melayani pengiriman barang, GO-Food melayani pemesanan makanan, GO-Mart melayani pemesanan di outlet seperti Indomaret, AlfaMart dan sejenisnya, GO-Busway, GO-Tix melayani pemesanan tiket konser, dan sejenisnya, GO-Box melayani pengiriman barang dengan skala yang besar, GO-Clean melayani pembersihan rumah atau kantor, GO-Glam, serta GO-Massage melayani pijatan.

Pada saat ini tahun 2019 dilansir dari money.kompas.com , Gojek sudah beroperasi di seluruh pelosok negeri dengan lebih dari 2 juta pengendara ojek, 400.000 mitra merchant, dan 60.000 penyedia jasa. Setiap pengendara gojek akan mendapatkan masing-masing dua buah jaket, helm, dan perlengkapan masker serta tutup kepala untuk penumpang. Pelanggan dapat menentukan tempat penjemputan dan tempat pengantaran, kemudian tampil tarif yang perlu dibayar untuk layanan ini. Tarif yang ditetapkan juga tidak terlalu berbeda dengan tarif ojek pada umumnya. Dengan ditampilkannya tarif langsung saat memesan, maka pelanggan akan lebih mudah dan tahu berapa biaya yang harus disiapkan.

Berbeda dengan tukang ojek pangkalan, dimana tukang ojek pangkalan sering memasang tarif yang terlalu tinggi dan harus ditawar beberapa lama baru dapat turun, yang jelas memakan waktu dan biaya. Gojek telah dipercaya beragam pelanggan dalam membantu aktifitas. Sebagai perusahaan yang sedang berkembang pesat, Gojek sedang meningkatkan layanan dengan cara memberikan promosi harga yang terjangkau. Setiap waktu yang telah ditentukan oleh pihak Gojek termasuk jam ramai atau tidak akan memiliki perbedaan harga dan adanya fitur baru Gopay yang mudah diakses oleh pelanggan melalui aplikasi yang Gojek yang ada di smartphone. Kepuasan pelanggan terhadap layanan dan hasil kinerja akan sangat mempengaruhi image perusahaan, sehingga hal ini menjadi perhatian penting bagi perusahaan yang sedang berkembang pesat seperti Gojek. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, Penulis memilih judul “Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Transportasi Online GOJEK (Studi pada Mahasiswa STIE Malangkecewara)”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang diatas, maka penulis dapat mengidentifikasi beberapa masalah yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, dengan identifikasi sebagai berikut :

1. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi online Gojek di STIE Malangkecewara?

2. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi online Gojek di STIE Malangkececwara?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian ini diharapkan memiliki tujuan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi online Gojek di STIE Malangkececwara.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi online Gojek di STIE Malangkececwara.

1.4. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian tersebut, manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini antara lain :

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan tentang penerapan teori manajemen pemasaran jasa, khususnya mengenai kualitas layanan, harga, terhadap kepuasan pelanggan.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk pengambilan keputusan peningkatan kualitas jasa untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

- b. Bagi peneliti

Dengan penelitian ini memberikan gambaran tentang kualitas layanan dan harga, terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi ojek online Gojek di STIE Malangkececwara.