

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Pada era globalisasi saat ini menimbulkan peningkatan jumlah penduduk. Hal ini menyebabkan kebutuhan masyarakat sangat meningkat. Selain kebutuhan sandang, pangan dan papan, transportasi juga menjadi kebutuhan sehari-hari. Akbar (2020) oleh sebab itu perusahaan harus tetap menjaga konsistensi mengikuti perkembangan

pada saat ini dalam berkompetensi dengan perusahaan lain. Kemajuan perkembangan teknologi yang dimaksud antara lainnya adalah kemajuan teknologi transportasi, dari sebelumnya transportasi umum yang biasa manual menjadi transportasi online. Oleh sebab itu, banyaknya perusahaan jasa transportasi berpikir untuk berganti mengikuti kemajuan teknologi dengan merubah sistem nya menjadi transportasi online dengan penggunaan perkembangan gadget yang dihubungkan dengan aplikasi perusahaan tersebut.

Perusahaan jasa transportasi online akan bersaing menarik pengguna jasanya sehingga persaingan terjadi menyebabkan akan terjadinya perusahaan yang bersangkutan akan mengalami naik turunnya permintaannya. Di dalam persaingan transportasi online yang sudah biasa dilihat akan terjadi turun naiknya untuk itu perusahaan transportasi online diharuskan optimal dalam memberikan kualitas pelayanannya, Harga yang disesuaikannya dan promosi yang diberikannya.

Contoh yang harus dijalankan agar perusahaan jasa transportasi online tersebut dapat menarik penggunanya yaitu dengan memberikan pelayanan kepada penggunanya dengan baik, menawarkan harga yang terjangkau dan memberikan promosi yang dapat membuat pengguna aplikasi mau membeli dan menggunakan produk atau jasa perusahaan tersebut.

Dengan Langkah yang dijadikan strategi pada perusahaan jasa online dalam menarik penggunanya untuk menggunakan jasanya maka akan membuat perusahaan tersebut mendapatkan dampak baiknya, salah satu perusahaan jasa transportasi tersebut akan mendapatkan penghargaan yang didapati yang diberikan oleh Top Brand Indeks (TBI) atas Sales, Marketing dan Branding yang dilakukan perusahaan, berikut data terakhir dari TBI kategori jasa transportasi online:

Gambar 1.1.

## TOP BRAND INDEX FASE 2 2022

**JASA TRANSPORTASI ONLINE**

BRAND	TBI 2022	
Gojek	54.7%	TOP
Grab	36.7%	TOP

**\* Kategori online dan offline**

### *Sumber Top Brand Indonesia (TBI)*

Data tersebut diambil berdasarkan marketplace dari parameter TBI (Top Brand Indonesia) untuk perhitungan 2 brand pada transportasi online yang ada di Indonesia dan hasil yang didapati Gojek masih di atas dengan 54,7 % dan Grab 36,7 % , data tersebut diambil berdasarkan persaingan dari dua brand produk transportasi online yang dilakukan Top Brand Indonesia (TBI), dapat dikatakan bahwa Gojek masih unggul dari segi brand pada pesaing terdekatnya Grab.

Dapat diartikan secara umum pengguna jasa transportasi online mencari harga yang rendah, namun dampaknya keuntungan akan sangat kecil, harga transportasi online akan berdampak terhadap permintaan pengguna jasa transportasi tersebut, tentang penggunaan jasa yang mereka pilih yang intinya perusahaan jasa transportasi online mendapatkan keuntungan dengan layanan yang baik namun juga memberikan harga yang sesuai yang diharapkan pengguna transportasi online tersebut. Secara umum semakin meningkat kualitas pelayanan perusahaan ,semakin nyaman juga pengguna jasa transportasi online tersebut menggunakan jasa transportasi online tersebut.

Kemajuan perusahaan jasa transportasi online didukung oleh berbagai faktor yaitu penggunaan dan inovasi di setiap produk Insani, Madiati ( 2020 ) diantaranya juga dengan kualitas pelayanan, harga yang ditawarkan dan promosi yang dihadirkan, ketiga faktor tersebut sangat mempengaruhi kemajuan perusahaan jasa transportasi online tersebut. Sehingga apabila ketiga faktor tersebut sesuai dengan yang diharapkan penggunanya, maka akan terciptanya loyalitas pelayanan dalam penggunaan jasa transportasi online tersebut.

Adapun strategi untuk menghasilkan loyalitas pelayanan yaitu dalam pembahasan yang dikaitkan dengan strategi yang dilakukan Gojek dalam menghasilkan ke loyalitasan penggunanya salah satunya Gojek menghadirkan sesuatu aplikasi yang memudahkan penggunanya menggunakannya, banyaknya layanan pada fitur Gojek beserta cara

penggunaannya, banyak nya reward dan promosi bagi pengguna, keamanan dan privasi akun penggunaannya dijaga dengan baik dan lain lain.

Yang membedakan jasa pelayanan gojek berbeda dengan yang lainnya dilihat dari fitur layanan gojek pada menu utama yang sangat lengkap dan memudahkan penggunaannya dalam menggunakannya, berikut ini fitur layanan gojek terbaru 2022:



**Gambar 1.2. Fitur Layanan Gojek Versi baru**

Pada gambar diatas yang membedakan dengan yang lain yaitu fitur tersebut sangat lengkap yang merupakan update terbaru aplikasi Gojek yang lebih mudah digunakan, fitur bisa juga mengakses berbagai layanan dengan lebih mudah dengan fitur geser, Tampilan Baru Gojek ini terdapat kurang lebih 20 layanan Gojek untuk jadi solusi tantangan sehari-hari dan bisa dipilih sesuai selera keinginan. Mulai dari kebutuhan transportasi dan logistik (GoRide, GoCar, GoSend, GoBox), kebutuhan makanan & FMCG (GoFood, GoFood Festival, GoShop, GoMed, GoMart) kebutuhan Pembayaran (GoPay, GoBills, PayLater, GoPulsa), kebutuhan sehari-hari (GoMassage, GoClean), sampai kebutuhan hiburan dan berita (GoPlay, GoTix).

Kepuasan pengguna jasa transportasi online merupakan faktor yang sangat lah penting bagi keberadaan, kelangsungan, dan perkembangan perusahaan. Menurut Buttle (2007:28) kepuasan pengguna jasa transportasi online tersebut membawa dampak besar bagi perusahaan, dengan mempertahankan dan memuaskan penggunaannya saat ini jauh lebih muda dibandingkan terus menerus berupaya menarik dan menprospek pengguna baru, biaya mempertahankan pengguna lama juga lebih murah daripada mencari pengguna yang baru. Diartikan kepuasan pengguna jasa transportasi online tersebut selalu menjadi prioritas setiap perusahaan termasuk perusahaan Gojek ada banyak cara agar gojek dapat mempertahankan penggunaannya

diantaranya meningkatkan kualitas pelayanan, menawarkan harga yang terjangkau dan memberikan banyaknya promosi.

Pelayanan yang terbaru ini diharapkan yang menjadi sumber inovasi terbaru bagi semua pelaku perusahaan di bidang jasa transportasi online terutama pada perusahaan gojek yang selalu mengedepankan kualitas pelayanan bertujuan untuk selalu menjadi terbaik diantara perusahaan transportasi online lainnya Menurut Yolanda, Nuryanti (2022) perkembangan teknologi informasi dan transportasi akan selalu ada dan terjadi persaingan pada jasa pelayanan, perusahaan yang mampu bertahan lama tentunya memiliki jasa pelayanan terbaik

Kualitas pelayanan sangatlah penting buat kepuasan pengguna jasa transportasi online pada bisnis yang kita jalani, Menurut Arianto (2018:83) kualitas pelayanan berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi kebutuhan penggunanya. dapat dikatakan kualitas pelayanan menjadi yang terdepan yang menjadi super prioritas perusahaan, gojek disini juga sangatlah mengedepankan kepentingan prioritas kualitas pelayanan pengguna tersebut.

Salah satu dari kualitas pelayanan yang diberikan gojek adalah memberikan harga yang disesuaikan keinginan pengguna', Menurut Sunyoto (2019:131) suatu jumlah uang yang dibuat untuk menetapkan pembayaran biaya produk tertentu yang ditetapkan perusahaan dan sering ditentukan oleh manajemen puncak, dapat dikatakan harga adalah suatu hal juga untuk menentukan kepuasan penggunanya maka harga yang dapat disesuaikan keinginan penggunanya pasti pengguna yang menggunakan akan merasa kepuasan dalam belanja ataupun membeli produk, gojek selalu memberikan harga terbaik sesuai apa yang diinginkan pengguna gojek tersebut.

Dengan harga yang sudah sesuai belum juga menarik loyalitas kepuasan memakai aplikasi gojek tersebut untuk gojek memberikan juga banyak nya harga yang promosi. Menurut Warnadi, Aristriyono (2019:91) promosi adalah suatu aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, memengaruhi atau membujuk atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bisa menerima, membeli dan loyal terhadap produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan, gojek selalu memberikan promosi untuk dapat memberikan kepuasan pengguna' dan loyalitas pengguna' untuk tetap dan selalu memakai aplikasi online gojek.

Promosi yang dilakukan gojek biasanya berupa potongan harga dari pengantaran orang (Go-ride), pengantaran barang (Go-send), pemesanan makanan (Go-food) dan lain lain dengan syarat ketentuan yang berlaku memberikan pengaruh untuk pengguna dalam menggunakan penawaran promosi yang diberikan Gojek.

Dapat dikatakan Kualitas pelayanan, Harga dan Promosi perlu diperhatikan untuk setiap pelaku usaha atau pembisnis, bertujuan memberikan kepuasan pengguna, jika Kualitas Pelayanan baik, harga yang sesuai, dan promosi yang diinginkan pengguna tersebut maka akan berdampak memberikan Kepuasan Pengguna jasa transportasi tersebut.

Dari uraian yang dikemukakan maka dengan ini penulis tertarik melakukan penelitian lebih mendalam lagi untuk mengetahui kepuasan pengguna jasa transportasi online yaitu gojek, mengenai kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan gojek, harga yang ditentukan oleh perusahaan gojek bagaimana perihal kesesuaiannya dengan kepuasan pengguna gojek tersebut, dan promosi yang diberikan sudahkah memuaskan pengguna gojek tersebut. penelitian ini dilakukan kepada 100 responden pengguna gojek yang sudah lama memakai aplikasi gojek pada area Jakarta timur.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan di atas, maka yang menjadi rumusan masalah penelitian, antara lain :

- 1) Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pengguna Gojek Jakarta Timur?
- 2) Apakah Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Pengguna Gojek Jakarta timur?
- 3) Apakah Promosi berpengaruh terhadap Kepuasan Pengguna Gojek Jakarta Timur?
- 4) Apakah Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi berpengaruh terhadap Kepuasan Pengguna Gojek Jakarta Timur?

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Tujuan yang didapati dalam penulisan ini adalah sebagai berikut:

- 1) Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan pengguna Gojek Jakarta Timur?
- 2) Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pengguna Gojek Jakarta Timur?
- 3) Untuk mengetahui pengaruh Promosi terhadap Kepuasan Pengguna Gojek Jakarta Timur?
- 4) Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi terhadap Kepuasan Pengguna Gojek Jakarta Timur?

## **1.4. Manfaat penelitian**

Manfaat penelitian ini diharapkan menjadi tambahan pengetahuan tentang mengetahui pentingnya teknologi transportasi online terutama pada PT Gojek Indonesia, tambahan

pengetahuan tentang memberikan kualitas pelayanan terbaik, harga yang terjangkau yang membuat pengguna gojek mau memakai aplikasi tersebut dan menyediakan promosi sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pengguna gojek tersebut sehingga pengguna gojek dapat terpuaskan. Dan manfaat penelitian tersebut diantaranya untuk peneliti, ilmu pengetahuan dan perusahaan:

1. Bagi Peneliti :

diharapkan dalam penelitian ini, peneliti dapat memberikan tambahan informasi dan pemahaman tentang bagaimana menerapkan beberapa teori yang didapatkan selama perkuliahan, pengerjaan penelitian dan tambahan pemahaman mengenai cara penerapan tentang bagaimana dapat membuat kepuasan kepada pengguna jasa transportasi online tersebut, sehingga memberikan kualitas pelayanan yang optimal, menetapkan harga yang tepat yang baik untuk penggunanya dan juga perusahaan, bagaimana memaksimalkan promosi untuk menarik perhatian pengguna agar dapat menggunakan atau memakai produk atau jasa perusahaan.

2. Bagi Perusahaan Gojek:

Sebagai bahan perbandingan dalam memuaskan pengguna gojek, sebelum penelitian dan sesudah penelitian, memberikan arahan dan masukan mengenai kualitas pelayanan yang diharapkan, harga diinginkan penggunanya dan promosi yang juga dibutuhkan penggunanya untuk dapat direalisasikan oleh perusahaan gojek dalam memenuhi kebutuhan penggunanya sehingga pengguna gojek mendapati kepuasannya, dan informasi mengenai kepuasan pengguna gojek pada saat ini mengenai Kualitas pelayanan, harga, dan promosi yang diberikan dan yang dilakukan perusahaan gojek.

3. Bagi Ilmu Pengetahuan:

Diharapkan dalam penelitian ini mampu memberikan kontribusi berupa penerapan ilmunya yang berhubungan dengan manajemen pemasaran yaitu dalam memberikan kualitas pelayanan yang optimal, ilmu dalam penetapan harga yang mampu memberikan keseimbangan antara pengguna jasa transportasi online dan perusahaan, dan ilmu dalam pemberian promosi yang mampu menarik perhatian penggunanya, penelitian ini juga diharapkan menjadi sumber referensi untuk penelitian yang selanjutnya mengenai kepuasan konsumen ataupun Kualitas Pelayanan