

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Tindakan transportasi merupakan sarana perkembangan yang penting dalam memperlancar roda perekonomian dan mempengaruhi semua aspek kehidupan. Transportasi dapat membantu perekonomian yang baik di suatu daerah bahkan disuatu negara. Semakin baik dan tertatanya transportasi di suatu daerah akan semakin baik pula perekonomiannya. Dengan adanya pertumbuhan penduduk yang semakin meningkat kebutuhan akan jasa transportasi akan semakin meningkat pula, hal ini lah yang menyebabkan semakin berkembangnya dunia bisnis di sektor jasa transportasi.

Salah satu dampak dari kemacetan adalah akan memperlambat roda perekonomian. Untuk itu banyak program kerja pemerintah pusat maupun pemerintah daerah merencanakan peralihan dari kendaraan pribadi ke kendaraan umum. Untuk menekan angka kemacetan dan minat menggunakan transportasi umum, pemerintah seharusnya mengupayakan fasilitas, kemudahan akses transportasi umum serta jaminan keamanan bagi pelanggan.

Dewasa ini pertumbuhan transportasi umum meliputi bisnis skala besar seperti taxi, bus dan lain-lain sampai dengan bisnis skala kecil seperti ojek konvensional sudah semakin menjamur, namun dirasa kurang memenuhi keinginan para pengguna. Banyak keluhan tentang transportasi umum seperti pelayanan yang kurang memuaskan, fasilitas tidak mendukung, tidak efektif untuk beraktifitas dan masih banyak lagi. Untuk itu perlu adanya penyedia jasa yang memberikan pelayanan yang lebih baik dan inovatif. Pembaharuan tersebut bukan hanya penciptaan sesuatu baru, tetapi juga merupakan produk aktual atau *outcome*. Bagi suatu jasa, *outcome* bukan merupakan suatu hasil output, melainkan modifikasi dari pelayanan yang sudah ada (Tjiptono,2012).

Transportasi ojek online merupakan angkutan umum yang sedang banyak diminati masyarakat, sama dengan ojek pada umumnya ojek online menggunakan sepeda motor sebagai sarana pengangkutan. Ojek online kini banyak diminati karena berkembang dengan kemajuan teknologi. Ojek online merupakan ojek

sepeda motor yang dapat dipesan menggunakan teknologi internet dengan memanfaatkan aplikasi pada telepon genggam. Hal ini dapat memudahkan pengguna jasa untuk memanggil pengemudi ojek online.

Aplikasi yang digunakan untuk memesan ojek online telah dilengkapi dengan jarak antara lokasi penjemputan dan tujuan, lama pengemudi menuju lokasi penjemputan dan lama pengemudi mengantar ke lokasi tujuan, tarif, nama pengemudi ojek. Identitas pengemudi dapat diketahui secara langsung dan pasti karena sebelum bergabung dengan perusahaan, para pengemudi telah mengisi daftar identitas untuk di lampirkan agar tidak terjadi hal-hal yang tidak diinginkan.

Kemunculan dari maraknya armada transportasi online ini dipelopori oleh Go-Jek yang diberi nama yaitu Go-Ride, tepatnya pada tahun 2010. Nadiem Makarim, salah satu pendiri Go-Jek, melihat bahwa solusi untuk membenahi layanan transportasi di Jakarta sangat diperlukan. Permasalahan yang terlihat bukan hanya kemacetan, melainkan juga tarif ojek yang “tidak wajar” mahal. Ide dari bisnis ini juga berasal dari Kompetisi Wirausaha Muda Indonesia dan Global Enterpreunership Program Indonesia. Ide ini kemudian direalisasikan menjadi sebuah start up yang berbasis teknologi untuk operasionalnya.

Selanjutnya muncul GrabTaxi di Indonesia pada tahun 2014. Awalnya GrabTaxi hanya sebagai penyedia platform yang menghubungkan taksi of line dengan konsumen. Namun melihat potensi pasar dari transportasi motor dan mobil (bukan taksi), Grab kemudian mengembangkan ranah bisnisnya dengan memberi nama GrabBike untuk ojek motornya. Untuk saat ini, Grab merupakan pesaing kuat dari Go-Jek.

Dengan itu siswa/i SMKN 26 Jakarta lebih memilih menggunakan jasa ojek online untuk berangkat ke sekolah dan melakukan hal-hal lain nya seperti pergi ketempat les. Karena dengan harga yang ditawarkan oleh ojek online terjangkau dan juga sangat efisien untuk sampai ke sekolah tepat waktu karena dapat menghindari kemacetan.

Pelayanan yang memuaskan pelanggan secara konsisten akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Apabila secara konsisten sistem informasi, harga serta pelayanan itu dirasakan berkualitas maka pelanggan akan merasa puas. Kepuasan sangat penting bagi perusahaan agar pelanggan mau memakai kembali

jasa tersebut tanpa khawatir dan akan menumbuhkan loyalitas konsumen. Semakin besar kepuasan konsumen akan menciptakan loyalitas yang berdampak pada pendapatan yang meningkat bagi perusahaan.

Faktor yang menumbuhkan kepuasan salah satu contohnya yaitu kualitas sistem informasi. Sistem informasi menurut John F Nash dikutip dalam Susanto (2004) adalah kombinasi dari manusia, fasilitas atau alat teknologi, media, prosedur dan pengendalian yang bermaksud menata jaringan komunikasi yang penting, proses atau transaksi tertentu dan rutin, membantu manajemen dan pemakai *intern* dan *ekstern* dan menyediakan dasar pengambilan keputusan yang tepat. Jadi sistem informasi yang tersedia harusnya berkualitas mulai dari manusia, fasilitas, media, prosedur dan pengendalian agar terciptanya tujuan sistem informasi yaitu untuk mempermudah kegiatan aktifitas yang dilakukan oleh pemakai sistem informasi.

Tuntutan pada ojek online selaku perusahaan jasa yang seharusnya memberikan sistem informasi yang berkualitas menemui kendala seperti banyak pelanggan ojek online mengeluhkan masalah mengenai *order* yang tidak dapat dibatalkan, rute yang dilalui tidak semestinya dan sering terjadi *error* dalam penggunaan aplikasinya yang menyebabkan kerugian bagi pelanggan ojek online. Selain itu, terdapat masalah privasi dimana banyak keluhan pelanggan yang merasa dirinya diteror oleh oknum yang tidak bertanggung jawab karena data yang seharusnya dijaga oleh ojek online di dalam aplikasi tersebut bocor dan informasi yang bersifat pribadi seperti nomor alamat rumah dan nomor telepon bisa dilihat pada driver ojek online yang tujuannya semula memudahkan penjemputan pelanggan rentan di salahgunakan oleh oknum yang tidak bertanggung jawab.

Jika kualitas sistem informasi telah mumpuni untuk menjalankan bisnis transportasi ojek online maka hal lain yang tak kalah penting yaitu harga. Dengan memberikan tarif yang murah dibandingkan ojek konvensional maka pelanggan akan semakin tertarik menggunakan jasa ojek online secara berulang. Selain tarif yang diberikan lebih murah, perusahaan ojek online juga sering memberikan promo kepada pelanggan dalam bentuk potongan harga dan lain nya. Dan untuk mempermudah pelanggan, ojek online memberikan pilihan pada sistem pembayarannya. Pelanggan bisa membayar secara tunai atau non tunai (menggunakan Go-Pay atau OVO). Pelanggan juga bisa melakukan top up atau

pengisian saldo elektrik pada driver maupun pelayanan jasa banking seperti ATM, Mbanking, Ibanking dan lain nya. Tetapi disisi lain masih banyak yang mengeluhkan tarif ojek online yang terus naik per km nya, apalagi ketika pada saat cuaca hujan. Tarif yang diberikan menjadi sangat tinggi akibat permintaan yang tinggi, tetapi sumber daya yang kurang yang disebabkan faktor lain seperti macet, dan jarak tempuh yang diterima terlalu jauh.

Selain dari 2 faktor di atas yaitu kualitas sistem informasi dan harga, masalah kualitas pelayanan juga perlu dipertimbangkan terhadap pelanggan. Menurut Ginting (2012) pelayanan merupakan interaksi produsen dan konsumen. Akibat transaksi tersebut, pelanggan akan merasakan akibat atau efek dari pelayanan yang mereka terima saat itu. Pelayanan menurut Umar (2013) rasa menyenangkan yang diberikan kepada orang lain disertai kemudahan-kemudahan dan memenuhi segala kebutuhan mereka. jadi kualitas pelayanan haruslah memiliki keunggulan yang pada akhirnya memenuhi keinginan pelanggan.

Pelayanan yang diterima oleh pelanggan ojek online bisa melalui customer service yang membantu apabila ada kendala di dalam sistem informasi, bisa juga diterima dari driver yang langsung berinteraksi memberikan pelayanannya pada pelanggan. Namun pelayanan di jasa ojek online belumlah maksimal mengingat masih ada saja masalah yang berkaitan dengan pelayanan ojek online, beberapa contoh masalah yang dihadapi oleh ojek online contohnya driver yang tidak ramah kepada pelanggan, driver tidak menyediakan perlengkapan seperti jas hujan untuk digunakan disaat hujan agar perjalanan lancar sampai tujuan, driver yang kadang-kadang tidak mengetahui atau menguasai lokasi tertentu. Tentunya masalah ini tidak dapat ditolerir mengingat seharusnya para driver mengetahui secara pasti lokasi yang menjadi daerah operasinya, banyak dari kalangan menengah ke bawah yang beralih profesi menjadi driver ojek online karena penghasilan yang akan diterimanya.

Kualitas sistem informasi, harga dan kualitas pelayanan adalah hal penting dalam bisnis jasa, karena membuat pelanggan tertarik menggunakan jasa tersebut, tetapi semakin tinggi kualitas sistem informasi, harga dan kualitas pelayanan biasanya juga mempengaruhi biaya pokok perusahaan yang tentunya akan dibebankan oleh perusahaan kepada pelanggan. Semakin tinggi beban pokok

perusahaan pasti akan mempengaruhi harga.

Masalah sistem informasi, harga dan pelayanan ojek online yang belum optimal yang telah dijabarkan di atas, maka peneliti tertarik untuk mengambil judul penelitian mengenai “Hubungan Antara Kualitas Sistem Informasi, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Ojek Online di SMK Negeri 26 Jakarta)”.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat hubungan kualitas sistem informasi terhadap loyalitas pelanggan pada jasa ojek online di SMK Negeri 26 Jakarta ?
2. Apakah terdapat hubungan harga terhadap loyalitas pelanggan pada jasa ojek online di SMK Negeri 26 Jakarta ?
3. Apakah terdapat hubungan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada jasa ojek online di SMK Negeri 26 Jakarta ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui sebagai berikut :

1. Hubungan kualitas sistem informasi terhadap loyalitas pelanggan pada jasa Ojek Online di SMK Negeri 26 Jakarta.
2. Hubungan harga terhadap loyalitas pelanggan pada jasa Ojek Online di SMK Negeri 26 Jakarta.
3. Hubungan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada jasa Ojek Online di SMK Negeri 26 Jakarta.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai sarana untuk menerapkan teori yang telah diperoleh pada masa perkuliahan dan menambah wawasan penulis dengan memberikan pengetahuan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan ojek online.

2. Bagi Pengembang Ilmu Pengetahuan

Memberikan masukan agar lebih memperhatikan kualitas sistem informasi, harga dan kualitas pelayanan agar pelanggan memberikan loyalitas bagi perusahaan.

3. Bagi SMK Negeri 26 Jakarta Penelitian ini dapat menambah referensi untuk pengetahuan dan informasi pembaca khususnya siswa/i.