

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pada dasarnya teknologi merupakan suatu sistem yang digunakan untuk membantu manusia dalam menjalankan aktifitas. Pada saat ini teknologi tidak hanya digunakan untuk membantu kegiatan dalam lingkup besar seperti dalam sebuah perusahaan saja, bahkan untuk saat ini teknologi sangat dibutuhkan tiap individu dalam menjalankan aktifitasnya. Keadaan tersebut menuntut masyarakat untuk sadar teknologi yang bertujuan untuk memudahkan aktifitas sehari-hari.

Kehidupan di kota besar menuntut masyarakat untuk bekerja cepat dan tepat waktu. Hal ini yang mendorong masyarakat untuk mencari solusi untuk memecahkan tuntutan tersebut. Tuntutan bekerja cepat dan tepat waktu tidak lepas dari tuntutan transportasi yang tepat dan kondisi infrastruktur yang baik. Tidak dapat dipungkiri kota-kota besar di Indonesia terkenal dengan kemacetan, polusi dan keadaan infrastruktur yang kurang memadai dengan jumlah penduduk yang cukup besar. Salah satu kota besar yang memiliki kriteria tersebut adalah Jakarta. Jakarta merupakan kota yang terkenal dengan kemacetan, kepadatan penduduk, dan polusi. namun, Jakarta juga terkenal dengan tuntutan kerja yang cepat dan tepat waktu.

Melihat kondisi tersebut masyarakat membutuhkan sesuatu yang dapat memecahkan masalah tersebut, terlebih pada masalah transportasi tepat guna. Saat ini banyak perusahaan jasa transportasi yang menawarkan kemudahan untuk masyarakat dalam menjalankan aktifitas. Salah satunya adalah perusahaan jasa transportasi GoJek. GoJek merupakan salah satu perusahaan jasa transportasi yang menawarkan kemudahan masyarakat dalam berbagai macam produknya.

Pada saat ini industri jasa transportasi ojek semakin marak di Indonesia. Perusahaan PT.GO-JEK INDONESIA merupakan salah satu badan usaha yang

mengkonsentrasikan salah satu bidangnya di sektor industri jasa transportasi yaitu layanan gojek online. Kehadiran Ojek panggilan via online alias Go-Jek menjadi solusi kemacetan di ibukota. Awal mulanya Go-Jek hanya melayani panggilan via telepon saja, tapi sejak Januari 2015 Go-Jek meluncurkan aplikasi pesan via online yang dapat di akses melalui *smartphone* android. Layanan yang sekarang tersedia di Jakarta, Bali dan Bandung dan beberapa kota besar di Indonesia meliputi *Instant Courier* yaitu jasa pengantaran barang. Lalu ada pula jasa *shopping*, jadi pelanggan dapat meminta tukang ojek berbelanja. Dan ada jasa standar dari Go-jek, yaitu transport atau jasa mengantarkan pelanggan ke tempat tujuan mereka. Semua layanan ini dapat diakses dan dipesan melalui aplikasi dari *smartphone* pelanggan. Di sinilah kemudahan yang diberikan Go-Jek kepada pelanggannya.

Melalui aplikasi pemesanan ini, pelanggan dapat menentukan tempat penjemputan dan tempat pengantaran, dan akan tampil tarif yang perlu dibayar pelanggan untuk layanan ini. Tarif yang ditetapkan juga tidak terlalu berbeda dengan tarif ojek pada umumnya. Dengan tampilnya tarif langsung saat memesan, maka pelanggan akan lebih mudah dan tahu berapa biasanya yang harus disiapkan. Berbeda dengan tukang ojek, dimana mereka sering memasang tarif yang terlalu tinggi dan harus ditawar beberapa lama baru dapat turun, yang jelas memakan waktu dan biaya.

Ojek banyak digunakan oleh penduduk kota-kota besar misalnya di Jakarta. Karena kelebihanannya dengan angkutan lain yaitu lebih cepat dan dapat melewati sela-sela kemacetan di kota. Selain itu dapat menjangkau daerah-daerah dengan gang-gang yang sempit dan sulit dilalui oleh mobil. Biasanya mereka mangkal di persimpangan jalan yang ramai, atau di jalan masuk kawasan permukiman. Namun berbeda dengan ojek tradisional, atau orang biasa mengenal ojek pangkalan, Go-Jek sangatlah mengikuti perkembangan teknologi. Go-Jek lebih mengacu pada penggunaan teknologi untuk pemesanan ojek itu sendiri. Pada 2019 direktur Jendral Perhubungan Kemenhub Budi setyadi membuat peraturan menteri perhubungan nomer 12 tahun 2019 tentang perlindungan keselamatan penggunaan sepeda motor yang digunakan

untuk kepentingan masyarakat, atau regulasi ojol selesai," kata dia di Kemenhub Jakarta, Selasa (19/3/2019) di publikasikan oleh detik finance.

Sebagai suatu perusahaan swasta tentu saja PT. Go-Jek hadir untuk mendapatkan keuntungan sekaligus memberikan pelayanan yang memuaskan bagi konsumen. Akan tetapi bukan hanya PT. Go-Jek sendiri yang bergerak di bidang jasa transportasi ojek online ini sehingga hal ini menimbulkan persaingan antar perusahaan yang bergerak di bidang ini. Saingan dari Go-Jek sendiri ada enam perusahaan yang bergerak di bidang yang sama diantaranya, GrabBike, Bonceng, dan Oke Jack. Namun ke tiga competitor tersebut baru terdapat di wilayah Jabodetabek saja. Mereka saling berlomba-lomba untuk memberikan pelayanan yang terbaik untuk penumpang, karena kepuasan konsumen adalah hal yang sangat penting untuk ditonjolkan untuk memenangkan persaingan.

Menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong (2017:173) Promosi merupakan sebuah aktifitas komunikasi, yang bertujuan untuk memperlancar arus produk, servis atau ide tertentu pada sebuah saluran distribusi, secara singkat dapat di katakan bahwa promosi berusaha untuk mempengaruhi pengetahuan, sikap serta perilaku pihak yang "menerima" dan untuk membujuk mereka untuk menerima konsep-konsep, servis-servis atau barang-barang tertentu. Menurut Suneni (2019) dengan kualitas layanan yang baik maka perusahaan akan mendapat citra yang baik dari konsumen, sehingga memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalani hubungan yang kuat dengan perusahaan, dalam hubungan tersebut perusahaan dapat lebih memahami apa yang menjadi kebutuhan dan harapan konsumen. Kualitas pelayanan merupakan salah ukuran kepuasan terhadap konsumen dimana perusahaan akan mempertimbangkan kebijakan mengenai seberapa pentingnya kualitas pelayanan yang diberikan dibandingkan dengan kepuasan yang diterima oleh para konsumen. Semakin tinggi tingkat kualitas pelayanan yang di lakukan perusahaan, maka akan berdampak kepada semakin meningkatnya kepuasan konsumen. Dengan pernyataan itu adanya hubungan erat antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen. Menurut Monroe dalam Tjiptono (2014:308) mengemukakan bahwa nilai

pelanggan adalah trade antara persepsi pelanggan terhadap kualitas atau manfaat produk dan pengorbanan yang dilakukan lewat harga yang dibayar. Brown (Sudaryono, 2016:79) berpendapat bahwa kepuasan konsumen adalah suatu kondisi di mana kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen terhadap sebuah produk dan jasa, sesuai atau terpenuhi dengan kepuasan konsumen.

Menurut Anggriana *et al*, (2017), .mengatakan pengaruh promosi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Sementara penelitian yang dilakukan Iftibar dan Lestarningsih (2020) mengatakan bahwa promosi berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dan juga peneliti yang dilakukan oleh Suneni (2019) mengatakan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Penelitian Agussalim dan Jan (2018) mengatakan kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Penelitian yang dilakukan oleh Steven (2020) mengatakan bahwa nilai pelanggan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Dan juga penelitian yang dilakukan oleh Sibarani *et al*, (2021) mengatakan bahwa nilai pelanggan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah Promosi berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Gojek di wilayah Cipinang Besar Utara?
2. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Gojek di wilayah Cipinang Besar Utara?
3. Apakah Nilai Pelanggan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Gojek di wilayah Cipinang Besar Utara?
4. Apakah Promosi, Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Gojek di wilayah Cipinang Besar Utara?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah promosi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen gojek di wilayah Cipinang Besar Utara.
2. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen gojek di wilayah Cipinang Besar Utara.
3. Untuk mengetahui apakah nilai pelanggan terhadap kepuasan konsumen gojek di wilayah Cipinang Besar Utara.
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh promosi, kualitas pelayanan dan nilai pelanggan terhadap Kepuasan Konsumen Gojek di wilayah Cipinang Besar Utara.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi ilmu pengetahuan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dan pengalaman serta menjadikan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sastra 1 (S-1) Manajemen di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta dan menambah wawasan tentang promosi, kualitas pelayanan dan nilai pelanggan terhadap kepuasan konsumen pada transportasi online.

2. Bagi Regulator

Hasil penelitian ini dapat memberikan pengetahuan yang berharga pada perkembangan ilmu, menerapkan teori dan mengimplementasikan kualitas dan kepuasan yang dapat membuat konsumen minat untuk menggunakan jasa tersebut.

3. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pengetahuan masyarakat sehingga dapat dijadikan bahan referensi dan menjadi media penambah ilmu.

4. Bagi Penulis

penulisan ini menjadi pengalaman dalam menganalisa suatu masalah serta menambahkan keterlampiran dalam memecahkannya sesuai dengan teori yang telah di peroleh selama mengikuti perkuliahan.