

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang masalah

Pada era revolusi industri 4.0 seperti saat ini jasa transportasi dan pemanfaatan internet tidak bisa dipisahkan dari aktivitas masyarakat. Untuk mempermudah aktivitas masyarakat memerlukan adanya transportasi sebagai alat bantu dalam melakukan aktivitasnya sehari-hari. Transportasi merupakan sebuah kendaraan yang dibutuhkan oleh masyarakat, tidak hanya untuk alat bantu saja, namun transportasi juga lebih mengefisiensi waktu dan meminimalisir kemacetan yang terjadi. Oleh karena itu, jasa transportasi menjadi sarana yang penting bagi masyarakat.

Salah satu transportasi yang berkembang pesat adalah layanan transportasi pada ojek *online*. Ojek *online* ini berbeda dengan ojek-ojek pangkalan yang harus mencari jalan secara manual dan membayar biaya yang telah di setujui antara ojek pangkalan dan penumpangnya. Ojek *online* menjadi pilihan alternatif angkutan umum dalam menghadapi kemacetan. Kemacetan menjadi masalah di setiap kota di Indonesia. Kemacetan disebabkan oleh beberapa aspek, diantaranya yaitu jalan yang menyempit, jumlah kendaraan yang semakin tinggi, dan beragam pembangunan infrastruktur yang menyebabkan kemacetan berkepanjangan.

Seiring dengan berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi dizaman sekarang ini, teknologi dalam bidang jasa transportasi pun tak kalah berkembang pesatnya. Pemanfaatan teknologi bukan hanya di bidang komunikasi saja tetapi teknologi dimanfaatkan pada bidang pendidikan, ekonomi, pertanian, keamanan, transportasi, dan lain-lain. Belakangan ini sudah banyak terciptanya transportasi umum yang menggunakan *internet*, atau bisa disebut dengan “*Transportasi Online/Daring*” yang didukung oleh teknologi komunikasi melalui ponsel pintar. Transportasi berbasis aplikasi *daring* merupakan penggabungan dari segi jasa transportasi dan teknologi komunikasi. Sekarang ini sudah banyak terciptanya penggunaan jasa transportasi berbasis *online* untuk meningkatkan pengguna aktif *internet*, salah satu pengguna jasa transportasi *online* tersebut adalah Gojek.

Gojek merupakan perusahaan jasa transportasi berbasis *online* yang memimpin pembaharuan revolusi industri berjiwa sosial di Indonesia. Aplikasi *smartphone* Gojek cukup banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia, terbukti Gojek telah mendapatkan peringkat pertama sebanyak empat kali pada *Top Brand Award* dalam lima tahun terakhir ini, dan mengalami penurunan *persentase* pada tahun 2019.

Tabel 1.1
Top Brand Index (TBI)
Kategori Jasa Transportasi Online Tahun 2016-2020

Tahun	Gojek		Grab		Uber		Blue-jek	
	TBI	TOP	TBI	TOP	TBI	TOP	TBI	TOP
2016	80.8%	TOP	14.7%	TOP	1.7%		0.7%	
2017	59.2%	TOP	28.2%	TOP	8.0%		0.3%	
2018	44.9%	TOP	48.0%	TOP				
2019	44.6%	TOP	43.1%	TOP				
2020	47.3%	TOP	43.5%	TOP				

Sumber: Topbrand-award.com

Top Brand Index (TBI) merupakan prestasi yang didapat dari hasil pemilihan konsumen yang kemudian mendapat kategori TOP apabila nilainya paling tinggi. Berdasarkan pada tabel diatas maka dapat disimpulkan bahwa jumlah *persentase* posisi Gojek lebih banyak digemari masyarakat tiap tahunnya. Pada awal tahun 2016 Gojek mengalami peningkatan yaitu sebesar 80.8%. Namun pada tahun 2019 Gojek mengalami penurunan *persentase* yaitu sebesar 44.6% disebabkan adanya Pandemi COVID-19, dan mengalami peningkatan kembali pada awal tahun 2020 yaitu sebesar 47.3%.

Layanan angkutan berbasis aplikasi atau ojek *online* tetap beroperasi di tengah Pandemi virus COVID-19, *Chief Operations Officer* Gojek Hans Patuwo mengatakan Pandemi COVID-19 menghadirkan tantangan bagi masyarakat serta mitra *driver* Gojek untuk tetap dapat beraktivitas normal. Apalagi, para mitra *driver*-lah yang paling banyak berjasa, Seperti pengantaran makanan dan obat - obatan, serta untuk bepergian yang sifatnya mendesak. Oleh karena itu Gojek

terus melakukan berbagai inisiatif untuk mengapresiasi para mitra *driver*, sekaligus berupaya untuk memastikan kesehatan dan keselamatan para mitra *driver* di masa wabah COVID-19. Inisiatif yang dilakukan diantaranya menyediakan masker, hand sanitizer, vitamin, dan desinfektan, penyediaan kartu penanda suhu tubuh di *merchant* GoFood untuk membantu *driver* mengetahui suhu tubuh dari waktu ke waktu, serta fitur *contactless delivery contactless* untuk perlindungan mitra *driver* (Pikiran-rakyat.com, 26 Maret 2020). Setelah masa perpanjangan PSBB di Jakarta berakhir pada tanggal 04 Juni 2020, Gubernur DKI Jakarta Anies Baswedan menerbitkan Peraturan Gubernur (PerGub) Nomor 51 Tahun 2020 tentang pelaksanaan PSBB pada masa transisi menuju masyarakat sehat, aman dan produktif, serta menerapkan tatanan hidup baru ditengah pandemi atau yang disebut dengan *new normal*.

Selama Pandemi COVID-19 ketergantungan masyarakat indonesia akan Gojek mengalami tantangan saat pemerintah mengeluarkan kebijakan untuk melakukan *physical distancing* (jaga jarak) dan *social distancing* (pembatasan sosial). Kebijakan seperti ini berdampak pada lembaga pemerintah ataupun swasta meniadakan aktivitas di kantor dan menggantikannya dengan *work from home* (bekerja dari rumah). Ini mengakibatkan operasional layanan GoRide mulai sepi dari pelanggan. Tetapi perusahaan Gojek terus berinovasi agar selalu memberikan kualitas pelayanan yang saat ini sering dibutuhkan pelanggan dan para mitra pengendara mengikuti persiapan baru di masa Pandemi COVID-19 ini. Dalam beroperasi pengendara GoRide agar selalu mematuhi protokol kesehatan yaitu dengan desinfektan kendaraan beserta perlengkapan sebelum dan sesudah dipakai, mengenakan masker, sarung tangan dan tidak berkendara saat suhu tubuh diatas normal.

Dengan adanya penerapan pelayanan protokol J3K (Jaga Kesehatan, Kebersihan dan Keamanan) bersama-sama, sebagai mitra, pengendara GoRide mendukung adanya gerakan #PastiAdaJalan untuk membuat hidup lebih nyaman. Hal ini untuk memberikan pencegahan penularan COVID-19 melalui persyaratan yang tertera di aplikasi. Layanan yang menjadi bagian dari inovasi kesehatan pengendara wajib mematuhi protokol kesehatan, jika tidak mengikuti aturan yang sudah ditetapkan dari pihak Gojek maka pengendara tidak bisa menanggapi

pemesanan, sehingga otomatis akan muncul tarif pada konsumen dan *driver* tidak dikenakan biaya tambahan. Tarif perjalanan yang ditawarkan pun beragam dan terjangkau sesuai dengan jarak yang dituju. GoRide menggunakan sarana promosi dengan memberikan *vouchers* yang hanya bisa digunakan satu kali perjalanan.

Salah satu kunci utama di masa Pandemi COVID-19 dari kesuksesan perusahaan adalah kepuasan pelanggan. Pemenuhan konsumen menjadi hal yang penting karena kepuasan pelanggan ini merupakan strategi bisnis jangka panjang. Dengan mempertahankan dan memuaskan pelanggan saat ini jauh lebih mudah dibandingkan terus-menerus berupaya menarik atau memprospek pelanggan baru. Selain itu, selama masa Pandemi COVID-19 biaya untuk mempertahankan pelanggan lebih murah dibandingkan dengan biaya mencari pelanggan baru.

Faktor pertama yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan dikatakan memuaskan jika layanan yang dirasakan sama atau melebihi kualitas pelayanan yang di harapkan selama masa Pandemi COVID-19. Pelayanan yang baik, yang sesuai dengan harapan pelanggan akan menumbuhkan rasa kepuasan dan kepercayaan pelanggan dalam menikmati produk atau jasa yang digunakannya. Sebaliknya, kualitas pelayanan yang tidak sesuai dengan yang diharapkan pelanggan akan menyebabkan timbulnya rasa tidak puas pada diri pelanggan. Sebagai pelanggan GoRide akan menggunakan layanan GoRide secara berulang yang kemudian bisa menjadi pelanggan yang setia sehingga perusahaan Gojek Indonesia sangat berpeluang selama Pandemi COVID-19 menjadikan perusahaan semakin maju dan dipercaya oleh pelanggan di Indonesia terutama di Kemayoran Wilayah Jakarta Pusat.

Harga menjadi salah satu hal yang menentukan karena persaingan harga di masa Pandemi COVID-19 yang terjadi dapat menjadi salah satu faktor pelanggan dalam memutuskan pembelian. Selain itu, selama masa Pandemi COVID-19 ini terdapat tidak hanya satu aplikasi transportasi *daring*. Oleh karena itu, pelanggan menjadi lebih selektif dalam memilih aplikasi yang akan digunakan tergantung pada beberapa besar tarif yang harus digunakan. Menurut Thamrin Abdullah dan Francis Tantri (2018:91) Harga merupakan salah satu penentu keberhasilan suatu perusahaan karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh perusahaan dari penjualan produknya baik berupa barang maupun jasa.

Gojek sebagai salah satu perusahaan jasa untuk GoRide menawarkan harga yang relatif terjangkau dibandingkan dengan perusahaan jasa yang lain, adanya potongan harga yang diberikan selama Pandemi COVID-19 sehingga membuat konsumen tertarik untuk menggunakan jasa mereka.

Selain harga, faktor lain yang mendukung kepuasan pelanggan adalah promosi. Promosi merupakan salah satu kegiatan pemasaran yang penting bagi perusahaan dalam upaya mempertahankan secara terus-menerus serta meningkatkan kualitas penjualan untuk meningkatkan kegiatan pemasaran dalam hal memasarkan barang atau jasa dari suatu perusahaan. Perusahaan Gojek sebagai pengguna layanan GoRide telah mendisain promosi seperti dengan memasang iklan, memberikan potongan harga dengan menggunakan GoPay dengan target utama selama Pandemi COVID-19 adalah para pelanggan yang sudah menggunakan layanan GoRide di perusahaan jasa tersebut. Menurut Agus Hermawan (2013:38) Promosi adalah salah satu prioritas dari kegiatan pemasaran yang diberitahukan kepada pelanggan bahwa perusahaan meluncurkan produk baru yang menggoda konsumen untuk melakukan kegiatan pembelian. Promosi yang ditawarkan oleh masing-masing perusahaan bertujuan untuk memenangkan persaingan.

Berdasarkan data informasi di atas, penelitian mengenai kualitas pelayanan, harga, promosi dan kepuasan pelanggan sudah dilakukan oleh beberapa peneliti, namun penelitian terdahulu dilakukan pada kondisi normal. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk mengangkat permasalahan tentang bagaimana GOJEK meningkatkan pengguna layanan GoRide agar pelanggan merasakan kepuasan selama masa pandemi COVID-19 di sektor transportasi. Maka, peneliti akan melakukan penelitian ini dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan GoRide Selama Masa Pandemi COVID-19 (Studi Kasus Pada Pelanggan Goride di Kemayoran Jakarta Pusat)

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan GoRide selama masa pandemi COVID-19?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan GoRide selama masa pandemi COVID-19?
3. Apakah promosi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan GoRide selama masa pandemi COVID-19?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut maka tujuan masalah dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan GoRide selama masa pandemi COVID-19
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan GoRide selama masa pandemi COVID-19
3. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap kepuasan pelanggan GoRide selama masa pandemi COVID-19

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat bagi beberapa pihak, sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Diharapkan penelitian yang dilakukan ini dapat menambah informasi dan pemahaman dan juga untuk menerapkan berbagai teori yang telah didapatkan selama masa perkuliahan.

2. Bagi Perusahaan GO-JEK

Penelitian yang dilakukan ini dapat menjadikan bahan pertimbangan bagi perusahaan GO-JEK dalam meningkatkan kepuasan pelanggan selama masa pandemi COVID-19 melalui aspek kualitas pelayanan, harga dan promosi.

3. Bagi Ilmu Pengetahuan

Memberikan kontribusi berupa penerapan teori-teori yang berkaitan dengan manajemen pemasaran mengenai pengaruh kualitas pelayanan, harga dan promosi terhadap kepuasan pelanggan.

4. Bagi *Investor*

Hasil penelitian ini dapat memberikan informasi, paparan data, serta hal-hal yang berhubungan dengan transportasi *online*, dan juga solusi bagi para pelaku bisnis, agar dapat mengetahui tentang pengaruh kualitas pelayanan, harga dan promosi terhadap kepuasan pelanggan selama masa pandemi COVID-19 dalam memenuhi harapan dan keinginan pelanggan untuk mencapai kepuasan pelanggan.