BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan berkembangnya zaman yang semakin cepat dan kemajuandalam perekonomian yang lebih makmur, perubahan sosial budaya masyarakat, serta perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang canggih, sarana transportasi dan komunikasi semakin mudah sehingga membuat aktivitas manusia semakin cepat dan praktis.

Di era modern seperti saat ini alat transportasi dan komunikasi tidak bisa dipisahkan dari kehidupan manusia. Karena dua hal tersebut seiring digunakan untuk mempermudah segala pekerjaan manusia. Pemanfaatan teknologi bukan hanya dibidang komunikasi saja tetapi teknologi dimanfaatkan pada bidang pendidikan, ekonomi, pertanian, keamanan, transportasi dan lain lain, Setiyanto (2016:150) Globalisasi yang saat ini terjadi di semua negara tanpa terkecuali Indonesia telah merubah banyak aspek kehidupan masyarakat seperti budaya, ekonomi, dan pendidikan. Salah satu akibat dari globalisasi ini adalah meningkatnya pergerakan atau perpindahan masyarakat dari satu tempat ke tempat yang lain dan terjadi dalam waktu yang cepat. Perpindahan ini tidak hanya terjadi atau dibutuhkan oleh manusia tetapi juga terjadi kepada barang dan jasa. Peningkatan akan mengakibatkan perpindahan masyarakat dan barang dari satu tempat ke tempat yang lain akan diiringi dengan meningkatnya kebutuhan sarana transportasi yang memadai.

Dengan perkembangan zaman yang semakin pesat, masyarakat semakin kreatif dan inovatif dalam menciptakan usaha-usaha baru, khususnya yang bergerak di bidang jasa transportasi. Karena manusia saat ini membutuhkan transportasi yang cepat, nyaman, aman dan mudah ditemukan. Di kawasan perkotaan seperti Jakarta ini, kota ini cukup besar dan padat penduduknya, sering terjadi kemacetan, banyak orang yang menggunakan kendaraan pribadi sehingga menyebabkan kemacetan. Bagimasyarakat yang menggunakan angkutan umum, mereka akan lebih jenuh menghadapi kemacetan lalu lintas.

Dengan bermunculan berbagai masalah transportasi, semakin banyak pula bisnis sektor jasa transportasi yang berpeluang untuk berbisnis, seperti bisnis dalam skala besar taxi, bus sampai skala kecil, angkot ataupun ojek pangkalan. Untuk memenuhi kebutuhan pada jasa transportasi tersebut, perlu adanya penyedia jasa yang memberikan pelayanan yang baik dan inovatif. Inovasi bukanlah hanya sekedar proses penciptaan sesuatu yang baru, tetapi dia juga merupakan produk *actual* atau *outcome*(hasil). Keadaan seperti ini dimanfaatkan oleh pemilik kendaraan bermotor khususnya sepeda motor untuk menawarkan jasa ojek yang bisa mengantarkan penumpang dan barang ke tempat tujuan. Saat ini ojek menjadi pilihan praktis bagi pengguna jasa angkutan umum untuk menjadikan ojek sebagai sarana transportasi mencapai tempat tujuan dengan kenyamanan dan ketepatan waktu yang ditawarkan jasa ojek (Haris, 2016).

Di awal tahun 2020, penyebaran virus bernama Coronavirus atau SARS-CoV2 mengejutkan dunia. Virus Corona atau yang lebih dikenal dengan Covid-19. Coronavirus adalah virus yang dapat ditularkan dari hewan ke manusia. Pada manusia, virus corona dapat menyebabkan infeksi saluran pernapasan, termasuk pilek, demam tinggi, dan gangguan pernapasan, sehingga Anda tidak dapat mencium aroma disekitar Anda. Hingga 4 Mei 2020, COVID-19 telah menyebar ke 215negara, dengan 3.581.475 kasus di seluruh dunia, 248.536 kematian, dan 1.159.422 kasus dinyatakan sembuh (tirto, 2020). Di Indonesia, virus corona mulai terdeteksi

setelah Presiden Joko Widodo mengumumkan ada dua warga dari Depok. Dua orang warga tersebut diketahui terinfeksi Covid-19 setelah kontak fisik dengan warga Jepang (indonesia.go, 2020). Semakin maraknya penyebaran kasus Covid-19 di Indonesia, terjadi peningkatan angka pada jumlah orang yang positif. Hal tersebut juga dibarengi dengan jumlah kematian dari pasien yang terinfeksi semakin meningkat. Penyebaran yang sangat cepat membuat hampir setiap kota di Indonesia terdapat pasien dalam penanganan (PDP) yang positif Covid-19. Pemerintah Indonesia bertindak cepat untuk memutus mata rantai penyebaran Covid-19 dengan membatasi ruang gerak publik seperti penutupan akses ke luar negeri, penerapan sistem social distancing, penerapan Pembelajaran Jarak Jauh (PJJ), penerapan work from home (WFH), dan mengurangi armada transportasi publik.

Penyebaran Covid-19 terkonfirmasi paling banyak berada di Provinsi DKI Jakarta dengan jumlah korban yang terinfeksi per-tanggal 5 Mei 2020 sebanyak 4.641 kasus positif, dengan angka kematian 414 orang dan jumlah pasien yang sembuh sebanyak 711 orang (kompas, 2020). Semakin meningkatnya jumlah pasien positif di provinsi Jakarta sampai dengan saat ini jumlah pasien yang positif terus mengalami peningkatan, begitupun dengan usaha pemerintah untuk menanggulangi pandemi ini. Saat ini sedang diterapkannya Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) oleh pemerintah DKI Jakarta. PSBB mulai berlaku pada tanggal 10 April 2020 sampai kamis tanggal 23 April 2020 (Sutrisna, 2020). Setelah berakhir masa PSBB pada tanggal 21 Mei 2020. Pemerintah kini memperpanjang masa PSBB pada 22 Mei sampai 4 Juni 2020 (kontan, 2020). Pada saat ini pemerintah telah merubah masa PSBB ke masa PSBB transisi. Kebijakan ini dibuat untuk membatasi pergerakan barang dan manusia, seperti pembatasan jumlah penumpang dalam setiap kendaraan, pembatasan aktivitas ojek online, tidak diperbolehkan melakukan perkumpulan seperti (berkerumun), diwajibkan memakai masker didalam ruangan maupun diluar rumah, pelarangan untuk pulang kampung, pemberlakuan jam malam serta bagi pelaku usaha tempat makan atau usaha sejenisnya untuk memberlakukan layanan

tidak diperbolehkan makan ditempat dan dianjurkan melakukan pembelian melalui pengantaran online. Setelah penerapan PSBB di DKI Jakarta, daerah lainnya juga mulai menerapkan PSBB, seperti di Bogor, Depok dan Bekasi. Harapannya penerapan PSBB ini dapat efektif dalam memutus penyebaran mata rantai virus Covid-19.

Covid-19 sangat mempengaruhi perekonomian sektor industri, khususnya industri transportasi online. Menurut Statqo Analytics (dalam Novika, 2020) mengamati status dua perusahaan transportasi online, Grab dan Gojek, sejak pertengahan Maret 2020, jumlah pengguna aktif transportasi online menurun signifikan. Hal ini dikarenakan Grab dan Gojek telah membatalkan layanan ojeknya, namun layanan selain kendaraan roda dua, seperti grabcar dan goocar, masih tersedia. Begitu pula untuk layanan pesan antar makanan, grabfood dan gofood, kedua layanan ini tetap bisa digunakan. Tidak hanya pengguna di Jakarta, pengguna di Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi juga kehilangan layanan antar jemput ojek online ini (tribunnews, 2020). Dampak dari kebijakan pemerintah ini membuat pengemudi online tidak bisa menerima pesanan penumpang. Dalam hal ini membuat para pengemudi online merasa sedih, walaupun penghasilannya berkurang, mereka harus bekerja keras. Rizki (dalam Zulfika, 2020) menyatakan, sejak wabah Covid-19 pendapatan pengemudi online turun tajam karena hanya melayani pengiriman kargo. Mansur (dalam Kusuma, 2020) mengatakan bahwa, para driver online memilih untuk menghindari lokasi zona merah ketika hendak menjemput atau mengantar penumpang. Hal itu mengakibatkan pendapatan para pengemudi ojek online menurundrastis. Jika biasanya dalam rata-rata sehari mendapat 10 sampai 15 pesanan, saat ini hanya 5 pemesanan (suarasurabaya, 2020).

Menurut Wicaksono (dalam Hamdani, 2020), mengatakan bahwa biasanya para pengemudi ojek online mengandalkan layanan antar-jemput penumpang. Pemasukan dari layanan antar-jemput penumpang sebesar 70-80%, selebihnya dari pesan-antar makanan dan barang. Jika mereka harus dilarang dalam mengangkut

penumpang, otomatis penghasilannya menurun sebesar 70-80%. Jika layanan penumpang ini dihilangkan, maka para pengemudi tidak ada penghasilan, pengemudi hanya mengandalkan dari layanan pesan-antar makanan dan barang. Dampak yang di timbulkan dari peristiwa inilah yang membuat para driver online menjadi khawatir, namun mereka harus tetap bekerja meski dihadapkan dengan virus yang mematikan (detik, 2020). Agar tetap bekerja di tengah pandemi Covid-19, pengemudi online harus melakukan berbagai upaya pencegahan antara lain, menggunakan masker, mencuci tangan dan menjaga jarak dengan orang lain. Menurut Iwan (dalam Nurhuda, 2020), kondisi seperti saat ini memiliki risiko jika mereka keluar dan bekerja maka ada kemungkinan dapat terjangkit virus, tetapi jika dirumah saja maka akan sulit memenuhi kebutuhan hidup. Sehingga mereka berupaya meningkatkan kewaspadaan dengan selalu memakai masker medis, dan membawa cairan pembersih tangan (handsanitizer). Pengemudi online juga meminta penumpang yang diboncengnya menjaga jarak (physical distancing) waktu duduk di motor, walaupun hal itu terlihat sulit dilakukan ketika motor sudah berjalan.

Go-Jek merupakan perusahaan transportasi online pertama yang beroperasi yaitu pada tahun 2010, dan hingga saat ini, terdapat dua perusahaan lain sejenis yaitu Grab dan Uber. Persaingan bisnis yang semakin meningkat memungkinkan setiap perusahaan untuk masuk ke suatu industri tertentu, termasuk bisnis transportasi online. Dengan bertambahnya pilihan transportasi online, konsumen akan memilih perusahaan tertentu yang menarik menurut mereka. Oleh karena itu, setiap perusahaan dirasa perlu menerapkan beberapa strategi untuk mengantisipasi kemunculan pesaing baru serta mempertahankan pasar mereka.

Kepuasan pelanggan menjadi hal yang penting bagi perusahaan untuk memperoleh kepercayaan dari konsumen agar tetap menggunakan jasa mereka. Oleh karena itu setiap perusahaan dirasa perlu untuk memberi kepuasan pada konsumennya. Menurut Kotler (2016:153), Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang dihasilkan dari membandingkan produk atau layanan

kinerja yang dirasakan sesuai dengan harapan. Jika kinerja jauh dari harapan, maka konsumen tidak akan puas.

Perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. Hal ini tercermin dari semakin banyaknya perusahaan yang menyertakan komitmennya terhadap kepuasan pelanggan dalam pernyataan misinya, iklan, maupun *public relations release*. Kunci utama perusahaan untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui penyampaian produk dan jasa yang berkualitas dengan harga yang bersaing. Kepuasan ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya. Kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai evaluasi pasca konsumsi bahwa suatu alternatif yang dipilih setidaknya memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.

Menurut Kotler dan Keller (2016) Citra Merek adalah nama, istilah, tanda, simbol, desain, atau kombinasi dari hal – hal tersebut, yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari seseorang atau sekelompok penjual dan untuk membedakannya dari barang dan jasa pesaing. Menurut penelitian Ridho (2017) menyatakan bahwa Citra Merek suatu perusahaan berpengaruh terhadap tingkat Kepuasan Pelanggan. Sedangkan, Menurut Schiffman dan Kanuk (2007) “Citra merek adalah sekumpulan asosiasi mengenai suatu merek yang tersimpan dalambenak atau ingatan konsumen”. Merek dapat memperluas cangkupan, memberikan proteksi, memperluas citra, atau memenuhi beragam peran lain bagi perusahaan. Merek menawarkan sejumlah manfaat bagi pelanggan maupun perusahaan.

Belakangan ini teknologi telah berkembang pesat membawa banyak perubahan di segala bidang di Indonesia, tidak terkecuali dalam bidang transportasi. Banyak bermunculan perusahaan-perusahaan, inovasi-inovasi baru bahkan sampai muncul berbagai model bisnis baru berbasis teknologi. Salah satu perkembangan teknologi saat ini terdapat pada layanan ojek online, di mana Gojek adalah salah satu transportasi online yang banyak peminat saat ini. Adanya tuntutan inovasi tersebut

menjadikan ojek pangkalan sebagai sebuah inovasi yang baru dan memudahkan kebutuhan secara cepat dan efisien.

Setelah inovasi, aspek berikutnya yang perlu diperhatikan yaitu harga. Dalam penelitian Saradissa (2015), harga juga merupakan salah satu elemen bauran pemasaran yang paling fleksibel. Harga dapat diubah dengan cepat, tidak seperti ciri khas produk dan perjanjian distribusi. Konsumen akan merasakan kepuasan dari pelayanan perusahaan apabila harga sesuai dengan apa yang didapatkan oleh pelanggan. Berdasarkan penelitian As'ad (2013) menyatakan bahwa Harga memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Oleh karena itu penyedia jasa transportasi online harus menerapkan strategi mengenai harga yang sesuai dengan layanan yang diberikan pada konsumen karena konsumen akan melakukan penilaian sesuai dengan tingkat layanan yang didapatkan dari perusahaan dan mempengaruhi keputusan konsumen.

Diantara berbagai kota operasional Go-jek, salah satunya yaitu kota Jakarta, kota Jakarta memiliki luas wilayah sebesar 662,33 km² dan jumlah penduduk berdasarkan sensus tahun 2018 adalah sebesar 10.467.629 jiwa (bps.go.id). Kota Jakarta merupakan salah satu kota megropolitan pada jam-jam tertentu seperti pagi, siang, dan sore hari terjadi kemacetan terutama arah menuju perkantoran, sekolah, pasar atau mal serta pemukiman. Kemacetan merajalela di setiap ruas jalan bisa jadi dikarenakan oleh perencanaan amburadul transportasi. Ditambah lagi dengan pertumbuhan ruas jalan (maksimal 1% per tahun) yang tak seimbang dengan pembiakan jumlah kendaraan (9,8% per tahun) (sumber: Intisari, Juni 2008). Berdasarkan data yang dirilis oleh Badan Pusat Statistik (BPS) kota Jakarta pada tahun 2017 menunjukkan dalam dua tahun terakhir terjadi peningkatan jumlah kendaraan bermotor di kota Jakarta.

Tabel 1.1. jumlah kendaraan di kota Jakarta tahun 2017-2019

Jenis Kendaraan	2019	2018	2017
MOBIL PENUMPANG	2.805.989	2.789.377	2.668.777
BUS	295.37	295.601	294.186
TRUK	543.972	541.375	538.123
MOTOR	8.194.590	8.136.410	7.773.511
JUMLAH	11.839.921	11.762.763	11.274.597

Sumber: *bps.go.id*

Kemacetan yang terjadi diakibatkan oleh peningkatan jumlah kendaraan bermotor di kota Jakarta sehingga dibutuhkan solusi untuk mengatasi permasalahan tersebut. Suatu jenis transportasi yang lebih nyaman dan memungkinkan masyarakat untuk memilih tidak menggunakan kendaraan pribadi. Hadirnya Go-Ride, salah satu jenis layanan Go-Jek yang berupa pengantaran penumpang akan membantu menyelesaikan permasalahan yang ada. Dengan menggunakan layanan Go-Ride, penumpang hanya perlu menunggu driver datang dari tempat awal, serta akan diantar sampai ke tempat tujuan. Ada beberapa jumlah penduduk di kelurahan Palmeriam yang merasa lebih mudah dan praktis dalam menggunakan layanan Go-Jek.

Memberikan pelayanan terbaik untuk konsumen menjadi tolak ukur keberhasilan sebuah perusahaan. Perusahaan yang berhasil memasarkan produk jasanya kepada konsumen dengan pelayanan yang memuaskan mendapatkan brand yang baik dimata konsumen. Pelayanan yang dimaksud termasuk dari pelayanan ewaktu menawarkan produk/jasa, pelayanan ketika memberikan jasa, pelayanan atas resiko yang terjadi saat memberikan jasa dan pelayanan lain sebagainya. Assauri(2015:2014).

Memberikan kepuasan kepada konsumen dalam memenuhi kebutuhan, keinginan serta harapan mereka merupakan hal terpenting bagi perusahaan untuk menghadapi persaingan. Salah satu untuk merebut pangsa pasar adalah memperoleh konsumen sebanyak-banyaknya. Kenyamanan dan keamanan juga menjadi faktor dalam meraih konsumen. Perusahaan akan berhasil memperoleh pelanggan dalam jumlah yang banyak apabila nilai dapat memberikan kepuasan bagi konsumen. Konsumen yang merasa puas dan menjadi konsumen setia akan merekomendasikan dari mulut ke mulut.

Berdasarkan uraian diatas peneliti tertarik untuk membuat penelitian berjudul **“Pengaruh Citra Merk, Inovasi, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan GO-RIDE** (studi kasus pada Masyarakat Kelurahan Palmeriam Jakarta)”.

1.2. Rumusan Masalah

1. Apakah Citra Merek memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan?
2. Apakah Inovasi memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan?
3. Apakah Harga memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan?
4. Apakah citra merk, inovasi, dan harga memiliki pengaruh signifikan secara bersamaan terhadap kepuasan pelanggan?

1.3. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan latar belakang masalah dan rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, peneliti ini mempunyai tujuan. Tujuan yang ingin dicapai melalui penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh citra merk terhadap kepuasan pelanggan Go- Ride.
2. Untuk mengetahui pengaruh inovasi terhadap kepuasan pelanggan Go- Ride .
3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan Go – Ride.
4. Untuk mengetahui pengaruh citra merk, inovasi, dan harga terhadap kepuasan pelanggan Go – Ride.

1.4. Manfaat Penelitian

Berdasarkan penelitian ini, diharapkan akan diperoleh informasi yang dapat bermanfaat antara lain:

a. Bagi Peneliti

1. Peneliti ini dapat menambah pengetahuan dan pemahaman peneliti mengenai pengaruh citra merk, inovasi , dan harga terhadap kepuasan pelanggan.
2. Sebagai implementasi atas teori yang telah didapat pada perkuliahan dan menambah wawasan akan dunia bisnis.

b. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran mengenai pengaruh citra merk, inovasi, dan persepsi harga, terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi Gojek di Jakarta, sehingga dapat menjadi masukan bagi perusahaan PT. Gojek Indonesia untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

c. Bagi Universitas

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat khususnya yang berhubungan dengan kepuasan konsumen.
2. Sebagai bahan referensi tambahan dan sumbangan pemikiran bagi pengembangan ilmu manajemen