

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Globalisasi yang saat ini terjadi di semua negara tanpa terkecuali Indonesia telah merubah banyak aspek kehidupan masyarakat seperti budaya, ekonomi, dan pendidikan (Junaedi, 2018). Salah satu dampak dari globalisasi ini yaitu meningkatnya pergerakan atau perpindahan masyarakat dari satu tempat ke tempat yang lain dan hal ini terjadi dalam waktu yang cepat (Junaedi, 2018). Perpindahan ini tidak hanya terjadi atau dibutuhkan oleh manusia tetapi juga terjadi kepada barang dan jasa. Peningkatan akan perpindahan masyarakat maupun barang dari satu tempat ke tempat yang lain akan diiringi dengan meningkatnya kebutuhan akan sarana transportasi yang memadai (Morlok, 2015:33). Kebutuhan akan sarana transportasi untuk memindahkan orang dan barang akan berusaha dipenuhi oleh kehadiran angkutan umum. Angkutan umum menyediakan jasa untuk memindahkan orang dan barang dari tempat asal menuju tempat yang dikehendaki (www.republika.co.id).

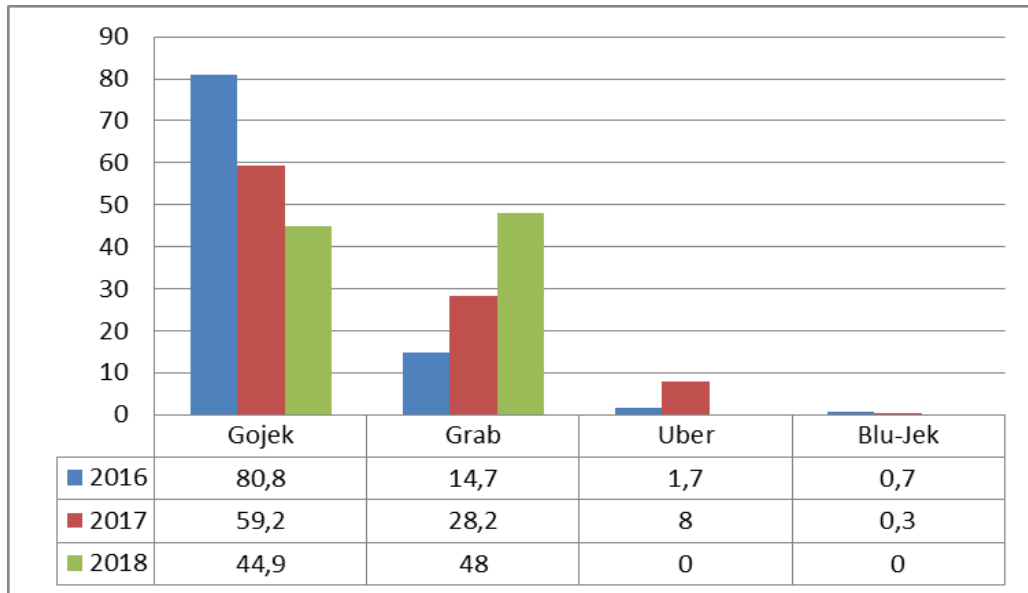
Pesatnya perkembangan teknologi, menyebabkan posisi tawar konsumen terhadap produsen menjadi lebih kuat karena konsumen kini mampu mengakses dan menjangkau produk atau jasa yang diinginkan meskipun produk atau jasa tersebut terletak jauh dari tempat dimana konsumen berada pada era yang modern ini perkembangan teknologi yang sangat pesat dan serba mudah muncullah transportasi yang berbasis online (Salim, 2018:2).

Warpani (2014:27) mengatakan bahwa transportasi merupakan suatu kegiatan atau aktivitas perpindahan orang dan barang dari tempat asal ke tempat tujuan dengan menggunakan kendaraan. Setelah munculnya jasa transportasi online yang dipelopori oleh aplikasi online Gojek, kurang lebih dalam kurun waktu 3-5 tahun terakhir ini muncul banyak pesaing jasa transportasi online seperti Grab, Uber, Blu-Jek dan jasa transportasi online yang lainnya. Oleh karena

itu untuk mengetahui jasa transportasi online di Indonesia, maka dapat dilihat pada Gambar 1.1. di bawah ini :

Gambar 1.1.

Jasa Transportasi Online di Indonesia



Sumber: Katadata.co.id (2018)

Berdasarkan Gambar 1.1. bahwa jasa transportasi online tahun 2016 yang tertinggi adalah Gojek sebesar 80,8%, adapun Grab sebesar 14,7%. Jasa transportasi online tertinggi pada tahun 2017 yaitu Gojek sebesar 59,2%, adapun Grab sebesar 28,2%. Jasa transportasi online tertinggi pada tahun 2018 adalah Grab sebesar 48%, sedangkan Gojek hanya 44,9%. Uber tahun 2016 sebesar 1,7% dan tahun 2017 sebesar 8,0%. Blu-Jek tahun 2016 sebesar 0,7% dan tahun 2017 sebesar 0,3%.

Keberadaan transportasi online tidak bisa dihindari, apalagi dilarang. Fenomena ini terjadi karena masih buruknya pelayanan angkutan umum di kota-kota besar Indonesia, termasuk Kota Jakarta. Pelayanan transportasi online belum mempunyai standar yang jelas. Oleh karena itu mendesak untuk adanya standar pelayanan minimal, khususnya untuk taksi online maupun ojek online. Standar pelayanan minimal sangat urgen, untuk menjamin pelayanan yang terukur bagi konsumen (tribunews, 2017).

Kotler dan Keller (2016:67) mengatakan bahwa kepuasan pelanggan terhadap pembelian suatu produk atau jasa tergantung kepada kinerja produk aktual, sehingga sesuai dengan harapan pembeli. Kepuasan yang diperoleh seorang konsumen dapat meningkatkan intensitas membeli dari konsumen tersebut dan mendorong konsumen merasa puas.

Lupiyoadi (2013 : 30) mengatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan, kualitas produk, promosi, harga dan biaya. Faktor-faktor tersebut khususnya kualitas pelayanan, harga dan promosi serta kepuasan pelanggan, hal ini seperti penelitian yang dilakukan oleh Farida, Tarmizi dan November (2016) yang menunjukkan bahwa harga dan promosi, berpengaruh positif dan signifikan pada kepuasan pelanggan pengguna Gojek di Jakarta Selatan. Begitu juga penelitian oleh Agussalim dan Arazzi (2018) bahwa harga dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen jasa transportasi online Go-Jek di Manado.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas, para pengusaha atau pelaku bisnis untuk membuka jasa transportasi online salah satunya adalah Gojek sebagai pencetus pertama sebagai alat transportasi jasa online yang banyak diminati oleh masyarakat di Indonesia namun di sisi lainnya belum adanya standar yang jelas mengenai transportasi online di Indonesia, dapat dilihat pada Gambar 1.1. Berdasarkan fenomena pada uraian di atas, maka perumusan masalah penelitiannya adalah bagaimana kualitas pelayanan, harga, dan promosi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan ojek online pada jasa transportasi online Gojek. Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka timbul beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan ojek online?
2. Apakah harga memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan ojek online?
3. Apakah promosi memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan ojek online?

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan memberikan bukti empiris atas :

1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan ojek online.
2. Pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan ojek online.
3. Pengaruh promosi terhadap kepuasan pelanggan ojek online.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah :

1. Bagi Ilmu Pengetahuan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan kepada pengembangan disiplin ilmu dapat mengetahui variable kualitas pelayanan, harga, dan promosi dan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan.

2. Bagi perusahaan

Hasil penelitian dapat digunakan sebagai bahan pemikiran dan bahan masukan yang berguna untuk menentukan strategi perusahaan di masa mendatang dan sebagai pendukung data bagi perusahaan guna mendukung pengambilan keputusan yang akan diambil dalam strategi pemasaran.

3. Bagi Masyarakat

Penelitian ini dapat dijadikan sumber informasi bagi masyarakat khususnya ketika pelanggan akan menggunakan jasa transportasi online Gojek dalam aktivitas sehari-hari.