

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Transportasi di DKI Jakarta memanglah sangat penting, dengan populasi penduduk terpadat di Indonesia bahkan di Asia menimbulkan masalah banyaknya transportasi yang ada di jalan raya kota Jakarta. Transportasi berasal dari kata Latin yaitu *transportare*, dimana *trans* berarti seberang atau sebelah lain dan *portare* berarti mengangkat atau membawa (sesuatu) kesebelah lain dari suatu tempat lainnya. Hal ini dapat disimpulkan bahwa transportasi merupakan suatu jasa atau kegiatan untuk mengangkut orang dan barang untuk dibawa dari suatu tempat ke tempat lainnya.

Transportasi umum yang ada di Indonesia bermacam-macam, mulai dari motor hingga bus bahkan masih ada kendaraan delman yang digunakan untuk berkeliling kampung di dalam kota Jakarta. Seiring dengan berjalannya waktu, alat transportasi di Jakarta berkembang dengan masuknya dunia internet yang semakin memudahkan manusia untuk berinteraksi. Menurut situs <https://inews.id>, Jakarta sendiri memiliki kondisi kemacetan terparah kedua di dunia dari 10 negara. Bagi kebanyakan pihak, masalah ini sering diabaikan, namun ada beberapa pihak yang melihat masalah ini sebagai solusi bisnis yang menjanjikan.

Salah satu bisnis yang berkembang saat ini adalah bisnis jasa transportasi dengan system pemesanan daring (*online*). Sebagai pelopor jasa transportasi *online*, GO-JEK muncul sebagai perusahaan aplikasi berjiwa sosial dengan tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan pekerja diberbagai sektor informal di Indonesia dengan cara menghubungkan secara langsung tukang ojek dengan pengguna ojek secara *online*, menjadikan ojek lebih mudah digunakan karena dapat dipesan dengan cepat melalui aplikasi yang diakses lewat *smartphone*.

Seiring berjalannya waktu, perusahaan *startup* GO-JEK menjadi salah satu solusi mengatasi kemacetan di Jakarta. Dilansir dari situs resminya, PT GO-JEK

Indonesia telah memiliki sekitar lebih dari 200.000 pengemudi di seluruh Indonesia yang ditambah dengan penerimaan massal pada pertengahan tahun 2015 (<https://www.go-jek.com>) . Dengan memiliki pengemudi sebanyak itu, maka menimbulkan masalah tersendiri, contohnya di pinggir jalan banyak pengemudi GO-JEK dan pengemudi sejenisnya yang parkir dipinggir ataupun di trotoar jalan untuk menunggu pesanan tiba yang mengganggu pejalan kaki yang melintasi area tersebut.

Masalah tersebut ditanggapi oleh Kepala Dinas Perhubungan (Kadishub) DKI Jakarta Andri Yansyah. Dilansir dari <https://news.okezone.com>, Dishub maupun pihak kepolisian sudah pernah menindak maupun mengantisipasi hal ini, contohnya Sudinhub Jakpus pernah mengatur titik penjemputan dan parkir ojol di Stasiun Sudirman, salah satunya di lahan bekas Pasar Blora. Dishub memasang papan peringatan akan mengangkut dan menilang sepeda motor yang parkir sembarangan.

Di kampus STEI Indonesia, juga dapat dijumpai banyaknya pengemudi GO-JEK yang parkir sembarangan. Dengan hal ini maka peneliti ingin meneliti mengenai kepuasan konsumen GO-JEK khususnya mahasiswa STEI Indonesia. Kepuasan konsumen dapat dipengaruhi oleh berbagai variabel diantaranya adalah variabel harga, promosi, dan kualitas pelayanan.

Menurut Kotler dalam buku Sunyoto (2013:35), kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Konsumen dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu kalau kinerja di bawah harapan, konsumen akan merasa kecewa tetapi jika kinerja sesuai dengan harapan pelanggan akan merasa puas dan apa bila kinerja bisa melebihi harapan maka pelanggan akan merasakan sangat puas senang atau gembira.

Harga merupakan variabel penting dari suatu produk/jasa karena merupakan salah satu variabel yang menjadi pertimbangan konsumen untuk membeli produk tersebut. Menurut Basu Swastha (2010:147) mengartikan bahwa “harga merupakan sejumlah uang (ditambah beberapa barang kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk menambahkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya”.

Menurut Kotler dan Armstrong (2014:76). Promosi adalah upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa pada tujuan dengan menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya. Dengan adanya promosi produsen atau distributor mengharapkan kenaikannya angka penjualan.

Menurut Fandy Tjiptono (2014:268) definisi “Kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi harapan konsumen”.

Berdasarkan uraian tersebut, peneliti tertarik melakukan penelitian dengan mengambil judul, “Analisa Faktor Kepuasan Startup GO-JEK Pada Mahasiswa STEI Indonesia”.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka perumusan masalah penelitian yaitu: “Apakah faktor harga, promosi, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada mahasiswa STEI Indonesia?”

Pertanyaan Penelitian:

Berdasarkan uraian latar belakang dan perumusan masalah yang dikemukakan diatas, maka peneliti merumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen yang menggunakan transportasi online GO-JEK Indonesia?
2. Apakah promosi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen yang menggunakan transportasi online GO-JEK Indonesia?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen yang menggunakan transportasi online GO-JEK Indonesia?
4. Apakah harga, promosi, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen yang menggunakan transportasi online GO-JEK Indonesia?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dari pelaksanaan penelitian ini adalah untuk:

1. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen yang menggunakan transportasi online GO-JEK Indonesia.
2. Untuk mengetahui apakah promosi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen yang menggunakan transportasi online GO-JEK Indonesia.
3. Untuk mengetahui apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen yang menggunakan transportasi online GO-JEK Indonesia.
4. Untuk mengetahui apakah harga, promosi dan kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen yang menggunakan transportasi online GO-JEK Indonesia.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang baik.

1. Bagi ilmu pengetahuan
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi berupa bahan pembelajaran dan dapat memberikan informasi bagi penelitian-penelitian lain, yang ingin lebih lanjut melakukan penelitian dengan topik yang sama dapat menggunakan hasil penelitian ini sebagai salah satu rujukannya.
2. Bagi regulator
Penelitian ini bermanfaat bagi direktur-direktur selaku regulator dibidang transformasi karena dapat membantu dan menyusun strategi pemasaran yang lebih baik dimasa yang akan datang.
3. Bagi investor
Penelitian ini memberikan manfaat kepada investor karena dapat membantu investor memahami faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen transportasi.