

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era digitalisasi perkembangan teknologi informasi berkembang sangat pesat. Teknologi informasi sangat bermanfaat bagi aktivitas manusia sehari-hari. Saat ini banyak bisnis yang telah menggunakan internet untuk menunjang dan memudahkan segala aktivitas perusahaan guna meningkatkan daya saing. Dalam mendukung aktivitas manusia yang beragam membutuhkan transportasi sebagai penunjang dalam menjalankan aktivitas sehari-hari. Menurut (Rudi Aziz, 2014) transportasi merupakan kebutuhan turunan atau kebutuhan kedua, dalam kegiatan ekonomi masyarakat. Adanya perpaduan antara transportasi dengan teknologi perusahaan yang bergerak di bidang transportasi pun berinovasi dan terus berkembang terutama transportasi roda empat (mobil) maupun roda dua (motor).

Hal terpenting dalam dunia bisnis adalah konsep kepuasan pelanggan yang digunakan untuk memikat para pelanggan, sudah menjadi kewajiban perusahaan memberikan kualitas pelayanan yang terbaik untuk bisa bertahan dan tetap menjadi kepercayaan para pelanggan. Terciptanya kepuasan pelanggan mampu memberikan manfaat baik diantaranya hubungan antara perusahaan dan para pelanggan menjadi selaras. Menurut (Kotler & Gary Armstrong, 2016), Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul sesudah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja atau hasil suatu produk/jasa yang diterima dan diharapkan. Hal ini dibuktikan dalam penelitian (Pantilu et al., 2018) terdapat pengaruh signifikan dan positif atas kualitas pelayanan, harga dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada warung benditi kawasan megamas Manado. Sedangkan penelitian yang dilakukan (Septayuda, 2018) bahwa ada pengaruh signifikan kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan Gojek di kota Palembang.

Kualitas pelayanan adalah bentuk penilaian pelanggan terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan (Kotler et al., 2017) Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Agar dapat bersaing, bertahan, dan berkembang, maka perusahaan dituntut untuk mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan dengan memberikan pelayanan yang terbaik dan berkualitas. Hal ini dibuktikan dalam penelitian (Andalusi, 2018) menunjukkan hasil kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan instrumen penunjang laboratorium. Sedangkan penelitian yang dilakukan (Kresnamurti Rivai P et al., 2019) kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna transportasi ojek online Grab.

Harga adalah sejumlah uang yang dibandingkan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai tukar pelanggan atas utilitas (manfaat) karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut (Kotler & Armstrong, 2014). Harga dapat mempengaruhi pilihan seseorang pembeli, harga cukup berperan penting dalam menentukan pembelian pelanggan. Oleh Karena itu sebelum menetapkan suatu harga sebaiknya perusahaan melihat beberapa referensi harga suatu produk atau jasa yang dinilai cukup tinggi dalam penjualan dilapangan. Hal ini dibuktikan dalam penelitian (Septayuda, 2018) menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Go-jek di Kota Palembang. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Tombeng et al., 2019) variabel harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Oci

Selain kualitas pelayanan, harga juga faktor lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan ialah fitur. Fitur merupakan sesuatu yang terdapat dalam produk yang mana sebagai fungsi dasar atau kemampuan khusus yang ada pada produk, dan merupakan fasilitas tambahan yang ada pada produk (Tjiptono, 2016). Fitur memiliki karakteristik tambahan yang dirancang untuk menambah ketertarikan pelanggan terhadap produk atau jasa untuk menyempurnakan fungsi produk. Menjadi perusahaan pertama yang memperkenalkan fitur baru yang bernilai adalah salah satu cara paling efektif untuk bersaing dengan perusahaan lainnya. Hal ini dibuktikan dalam penelitian (Rukani et al., 2021) menunjukkan hasil variabel fitur memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan menggunakan *Aplikasi Edu Learning* sebagai media pembelajaran *Online* di SMK Ketintang Surabaya. Sedangkan penelitian yang dilakukan (Sapuan & Samad, 2021) variabel fitur berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Grab di Kota Batam.

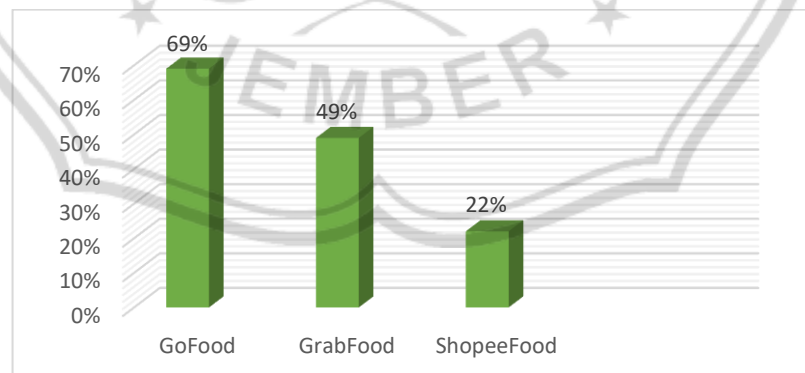
Seiring dengan perkembangan teknologi saat ini ada beberapa jenis aplikasi *mobile* berbasis *android* atau *ios* yang mempublikasikan layanan pemesanan ojek online menggunakan teknologi dengan menggunakan standar pemesanan. Untuk menggunakan jasa ojek online pun pelanggan harus mengunduh aplikasi tersebut, pemakai jasa harus melakukan pembayaran tunai dan tidak jarang terjadinya negosiasi perihal harga. Saat ini sudah banyak penyedia jasa ojek online yang berkembang di Indonesia saat ini saat ini seperti Gojek, Grab dan Uber (Ilham Mubarak, 2018). Semua memberikan pelayanan yang hampir menyerupai mulai dari melakukan pemesanan yang dilakukan melalui *smartphone (gadget)*, mengantarkan pelanggan dengan harga yang berbeda menyesuaikan jarak yang ditempuh.

PT. Aplikasi Karya Anak Bangsa adalah perusahaan bisnis yang menggabungkan internet dengan transportasi dengan menyediakan jasa ojek online, sehingga mampu menghasilkan transportasi berbasis teknologi. Perusahaan ini menciptakan suatu aplikasi yaitu aplikasi Gojek, meluncurnya aplikasi ini pada tahun 2011. Munculnya Gojek diseluruh daerah di Indonesia menjadi kemudahan teknologi yang diapresiasi oleh masyarakat dalam membantu aktivitas sehari-hari. Selain itu Gojek juga menyediakan berbagai macam fitur layanan yang bisa menyesuaikan kebutuhan pelanggan yaitu GoRide (fitur layanan transportasi roda dua/motor), GoCar (fitur layanan transportasi roda

empat/mobil), GoFood (fitur layanan pesan-antar makanan atau minuman). Gojek kembali mengembangkan GoPay (fitur layanan dompet *digital*), GoTix (fitur layanan pemesanan tiket bioskop), GoBusway (fitur layanan untuk memonitor jadwal keberangkatan bus Transjakarta) dan lain sebagainya (Angga wijaya, 2018).

GoFood merupakan transaksi *food delivery* terbesar di dunia tentang pelayanannya lewat *driver* ojek *online*, suksesnya pelayanan GoFood sangat berkontribusi terhadap para pelaku bisnis usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di bidang kuliner. GoFood fitur pesan-antar makanan dari seluruh mayoritas user aplikasi adalah kelompok usia tertentu, dianggap sebagai pelopor *food delivery* dan pemimpin layanan pesan-antar makanan *online* yang bisa diukur berdasarkan kualitas pelayanan, harga dan fitur mendominasi pasar karena jauh lebih banyak digunakan oleh pelanggan. Hal ini telah dibuktikan atas pertumbuhan angka *merchant* yang bekerja sama dengan layanan fitur GoFood untuk mengirimkan produk mereka kepada pelanggan yang sudah melakukan pemesanan terlebih dahulu melalui aplikasi dan kemudian diantarkan oleh *driver* Gojek sesuai alamat pelanggan. GoFood pada awal mulanya hanya bekerja sama dengan 5.000-10.000 *merchant* meningkat menjadi 125.000 *merchant* dibidang kuliner dari berbagai kota di Indonesia yang sudah bekerja sama. Telah terkonfirmasi ada 125.000 *merchant* yang bekerja sama dengan GoFood dari 80% merupakan pelaku UMKM di bidang kuliner sementara 20% lainnya adalah pelaku usaha kuliner yang telah sukses dan memiliki *outlet*. Perkembangan dunia bisnis kuliner dan perekonomian di Indonesia jadi meningkat drastis walupun hanya dari suatu aplikasi yang mampu menarik pelanggan baru karena bisa membeli berbagai macam kuliner melalui aplikasi Go-Jek dengan layanan fitur GoFood (Alvara, 2019).

Terdapat perbandingan grafik layannan pesan – antar makanan pada fitur Go-Food, Grab Food dan ShopeeFood, sebagai berikut :



Gambar 1.1. Perbedaan Perbandingan layanan pesan-antar makanan/minuman

Sumber : Foodizz & Deka Insight (2021)

Berdasarkan tabel grafik diatas terbukti bahwa *marketplace* GoFood lebih unggul dibandingkan *marketplace* Grab Food dan ShopeeFood. Pesan-antar makanan Go-Food dari sekian mayoritas *user* aplikasi adalah kelompok usia tertentu, dianggap sebagai pelopor *food delivery* dan pemimpin pasar layanan pesan-antar makanan *online*. Pelanggan Go-Food mendominasi pasar pesan-antar makanan karena jauh lebih banyak yang

digunakan oleh pelanggan sebesar 69%, dibandingkan GrabFood 49% dan ShopeeFood 22%. Dari urai diatas menekankan pentingnya kualitas pelayanan, harga dan fitur dalam suatu kepuasan pelanggan sangat berpengaruh agar bisa menjadi fokus utama perhatian perusahaan karena menciptakan kepuasan pada pelanggan.

Pada awal tahun 2020 terdapat virus covid-19 atau sering disebut juga dengan virus corona, virus covid-19 ini berasal dari negara Cina di kota Wuhan yang kemudian menyebar luas ke seluruh belahan dunia. Virus covid-19 teridentifikasi telah masuk ke Indonesia lebih tepatnya pada tanggal 2 Maret 2020 setelah pemerintah secara resmi mengumumkan melalui media bahwa virus covid-19 telah terkonfirmasi masuk ke Indonesia. penyebaran virus covid-19 kini telah meluas di tanah air, maka pemerintah Indonesia melakukan berbagai langkah-langkah guna memutus rantai penyebaran virus covid-19 yaitu dengan cara menerapkan *social distancing* atau pembatasan sosial berskala besar (PSBB). Pemberlakuan *social distancing* ini adalah aturan dimana masyarakat dilarang melakukan kegiatan yang mengakibatkan kerumunan atau mengundang keramaian bahkan disarankan untuk berada di rumah saja. Akibat dari *social distancing* ini ialah banyak masyarakat beralih melakukan seluruh aktivitasnya dirumah saja, bukan hanya itu masyarakat juga melakukan pembelian berbagai kebutuhan sehari-hari mulai dari pakaian, makanan hingga kebutuhan lainnya mereka lakukan secara *online, take away atau home delivery*. Gojek sendiri juga menyatakan bahwa disaat pandemi covid-19 seperti ini mengalami penurunan pada bisnis fitur GoRide sedangkan pada bisnis pesan-antar makanan yaitu fitur GoFood justru mengalami peningkatan dan juga bisnis dompet digital yaitu GoPay serba bisa untuk melakukan transaksi cepat juga mengalami peningkatan karena saat melakukan pembayaran sering kali dilakukan secara *online*.

Berdasarkan penelitian terdahulu terdapat *research gap* yaitu pertama hasil penelitian yang dilakukan oleh (Septayuda, 2018) hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh signifikan kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelangga. Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan (Chulaifi & Setyowati, 2018) yang membuktikan variabel persepsi harga tidak erpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kedua hasil penelitian oleh (Tombeng et al., 2019) hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan, harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan (Sudaryana, 2020) dari hasil penelitiannya terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan atas kualitas pelayanan, kepercayaan dan harga terhadap kepuasan konsumen. Perbedaan penelitian ini dengan sebelumnya yaitu dari segi cakupan objek penelitian, sampel, variabel baru yang digunakan.

Melihat berbagai uraian yang telah dijelaskan di atas membuat peneliti tertarik dan merasa penting untuk melakukan penelitian pada aplikasi Gojek terutama fitur GoFood dan objek penelitian adalah pelanggan Gojek sebagai representasi dari masyarakat yang sering menggunakan fitur GoFood serta sekaligus menguji asumsi adanya pengaruh positif dari setiap variabel *independen* yaitu kualitas pelayanan, harga dan fitur terhadap variabel *dependen* yaitu kepuasan pelanggan.

Diantara berbagai kota operasional Gojek, salah satunya adalah kota Banyuwangi salah satu kota besar di Jawa Timur. Kota Banyuwangi memiliki banyak potensi wisata alamnya maupun wisata kulinernya yang terkenal beraneka ragam dan menjadi andalan Indonesia. Di saat situasi pandemi covid-19 yang sudah menyebar luas di Indonesia, tidak bisa dipungkiri situasi itu juga melanda kota Banyuwangi. Sebagai dampak *social distancing* masyarakat Banyuwangi beralih melakukan pembelian secara online untuk mengurangi penyebaran virus covid-19 yang akan menimbulkan kerumunan. Fitur GoFood sangat membantu masyarakat di kota Banyuwangi selama pandemi covid-19 disaat pemerintah menerapkan peraturan pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat. Dalam pembatasan kegiatan masyarakat tersebut, terdapat suatu aturan yaitu larangan untuk makan ditempat atau apabila membeli suatu makanan, harus dilakukan secara *delivery* atau *take away*. Yang mana hal tersebut membuat banyak masyarakat lebih memilih membeli makanan menggunakan fitur GoFood pada aplikasi Gojek untuk mempermudah transaksi.

Di dalam situasi pandemi Covid-19 Gojek di kota Banyuwangi terdapat kasus keluhan pelanggan terhadap kualitas pelayanan dalam menggunakan fitur GoFood terdapat beberapa pelanggan mengeluhkan adanya ketidakpuasan saat menggunakan layanan salah satunya yaitu mengenai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan saat menggunakan fitur GoFood, dikarenakan saat melakukan pemesanan makanan driver Gojek tidak melakukan konfirmasi ulang terhadap pesanan pelanggan, kemudian secara tiba-tiba driver meminta persetujuan pembatalan pesanan disaat pelanggan sedang menunggu pesanan itu datang. Pelayanan yang diberikan driver Gojek kepada pelanggan dirasa sangat kurang memuaskan, kurangnya etika sopan santun driver kepada pelanggan dan masih ada beberapa driver Gojek yang berpakaian kurang sopan saat berinteraksi pada para pelanggan. Pada segi harga pelanggan tidak puas dikarenakan harga yang tertera di fitur GoFood tidak sebanding dengan kualitas makanan dan minumannya, hal ini belum termasuk ongkos kirim yang menyesuaikan lokasi pelanggan dan biaya penggunaan aplikasi Gojek. Fitur GoFood pada aplikasi Gojek juga sangat mempengaruhi terhadap kepuasan pelanggan, karena pada saat melakukan pemesanan ada beberapa menu makanan/minuman yang tidak terdaftar di fitur GoFood. Berdasarkan fenomena yang telah diuraikan diatas, peneliti ingin mengetahui apakah kualitas pelayanan, harga dan fitur GoFood berpengaruh signifikan terhadap kepuasan masyarakat di kota Banyuwangi disaat menggunakan aplikasi Gojek saat pandemi covid-19.

1.2 Rumusan Masalah

Penelitian yang menjadi rujukan dari penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh (Tombeng et al., 2019) dengan judul pengaruh kualitas pelayanan, harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian tersebut mengatakan kualitas pelayanan, harga dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dan Penelitian yang dilakukan oleh (Sapuan & Samad, 2021) dengan judul Analisa Pemanfaatan Teknologi, Customer Delivered Value Fitur Pelayanan, Citra Merek, Dan Perilaku Konsumen Pada Masa Pandemi Covid-19 Terhadap Kepuasan Konsumen. Hasil penelitian tersebut mengatakan fitur pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan uraian di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Gojek saat pandemi covid-19 di Banyuwangi?
2. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Gojek saat pandemi covid-19 di Banyuwangi ?
3. Apakah fitur berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Gojek saat pandemi covid-19 di Banyuwangi ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Gojek saat pandemi covid-19 di Banyuwangi.
2. Mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan Gojek saat pandemi covid-19 di Banyuwangi.
3. Mengetahui pengaruh fitur terhadap kepuasan pelanggan Gojek saat pandemi covid-19 di Banyuwangi.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun hasil dari penelitian ini diharapkan memberi kegunaan sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan
Dari hasil penelitian yang dilakukan dapat memberikan informasi secara teoritis bagi perusahaan mengenai faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi kinerja perusahaan.
2. Bagi Penulis
Dari hasil penelitian yang dilakukan dapat menambah pemahaman secara teoritis untuk menerapkan ilmu yang diperoleh, dan untuk mempertajam pengetahuan serta wawasan.
3. Bagi Akademik
Dari hasil penelitian yang dilakukan dapat menambah referensi bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya mengenai pengaruh kualitas pelayanan, harga dan fitur terhadap kepuasan pelanggan Gojek saat pandemi covid-19 di Banyuwangi.