

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Transportasi saat ini sudah menjadi hal penting dalam kehidupan sehari-hari, terutama di kota-kota besar. Permasalahan akan transportasi yang terus menerus timbul memaksa pemerintah untuk berfikir lebih keras dalam menyelesaikannya. Transportasi umum seperti bus, taksi, dan lain sebagainya terus ditingkatkan dan diperbarui demi menekan tingkat penggunaan transportasi pribadi yang semakin hari semakin bertambah. Perkembangan teknologi informasi pun membuat perusahaan akhirnya tegerak untuk menerapkan sistem informasi manajemen pada perusahaan mereka. Perkembangan teknologi informasi dan telekomunikasi di Indonesia saat ini sudah menyentuh seluruh kalangan termasuk masyarakat umum, pemerintah, dan bisnis. Keadaan ini menjadi salah satu faktor pendorong terciptanya persaingan bagi semua kalangan yang khususnya dalam hal ini adalah para pelaku bisnis. Perkembangan teknologi informasi dan telekomunikasi juga membuat keadaan pasar semakin dinamis, mengharuskan para pelaku bisnis untuk terus-menerus berinovasi dalam mempertahankan para pelanggannya. Para pelaku bisnis harus menyikapi keadaan tersebut secara bijak. Bisnis yang dijalankannya tidak lagi sekedar berorientasi pada laba dan keuntungan semata, namun disisi lain pemasaran aktif yang lebih berorientasi pada pelanggan harus lebih banyak digunakan, meskipun hal ini mengharuskan para pelaku bisnis untuk mendefinisikan *need and want* serta *taste*. Dari sudut pandang pelanggan kegiatan perusahaan yang paling penting adalah pemasaran. Pemasaran dapat dipandang sebagai tugas untuk menciptakan, memperkenalkan

dan menyerahkan produk kepada customer dan bisnis. Berkembangnya teknologi informasi dan telekomunikasi akan memudahkan para pelaku bisnis dalam menjalankan bisnisnya. Salah satu teknologi informasi dan telekomunikasi yang mendukung kebutuhan tersebut adalah internet. Saat ini perkembangan internet terjadi sangat cepat dan dapat menjangkau seluruh dunia dan setiap pelaku bisnis menginginkan produknya dikenal oleh masyarakat secara luas terutama Indonesia, dari data *survey* yang telah dilakukan oleh suatu lembaga *global index* Indonesia menempati peringkat ke tujuh terbesar di dunia dalam penggunaan internet (Deden Rizal T. 2016).

Internet menawarkan peluang untuk melakukan penjualan produk kebutuhan hidup sehari-hari secara langsung kepada pelanggan yang berada pada pasar konsumsi (*consumer market*) atau konsumen pada pasar industri (*business-to-business market*). Namun tidak semua hal dari adanya internet selalu berdampak baik bagi pelaku bisnis, jika melihat dari sudut pandang lain maka dengan hadirnya internet saat ini akan menimbulkan persaingan yang sangat ketat antar pelaku bisnis. Pelaku bisnis berusaha merebut perhatian pasar melalui informasi yang beredar di dunia maya. Pada masa ini masyarakat dengan mudahnya mendapatkan informasi tanpa harus dibatasi jarak, mendapatkannya langsung, melihatnya, bahkan masyarakat bisa memutuskan mana informasi yang ingin dilihat atau tidak, masyarakatpun bisa berpartisipasi atas informasi yang disebarkan, juga dengan mudahnya mempublikasikan informasi secara personal. Kendati demikian, kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan juga dipengaruhi oleh keadaan suatu negara salah satunya adalah tingkat pertumbuhan

penduduk. Tingkat pertumbuhan penduduk yang terus naik berdampak juga terhadap tingkat kebutuhan masyarakat seperti transportasi. Transportasi sangatlah penting bagi masyarakat saat ini, yaitu untuk memperlancar kegiatan mereka yang menginginkan transportasi yang mudah, cepat, dan aman. Saat ini transportasi tidak hanya memakai sistem konvensional yang hanya menunggu di jalan ataupun menunggu di terminal, penumpang saat ini ataupun pengguna transportasi umum mereka menginginkan kemudahan memesan ataupun menggunakan transportasi tersebut yang dapat di akses melalui internet, dan selalu bisa datang ke tempat yang mereka inginkan tanpa harus pergi ke jalan raya, pangkalan maupun ke terminal (Myunghee Mindy, 2009).

Go-Jek merupakan salah satu alat transportasi yang bisa memberikan solusi kepada masyarakat saat kepadatan dan kemacetan terjadi di kota-kota asal tempat tinggal mereka, Go-Jek yang mempunyai sistem operasi berbasis aplikasi ini sangatlah mudah digunakan baik oleh para pekerja, mahasiswa, anak sekolah bahkan masyarakat luas lainnya, meski tidak semua dapat menggunakan jasa ojek online ini tetapi Go-Jek merupakan solusi *alternative* bagi para pengguna jasa tersebut. Go-Jek memiliki beberapa produk jasa lainnya selain jasa transportasi roda dua Go-Jek pun memiliki produk lain seperti Go-box yang merupakan jasa transportasi angkutan barang yang bermitra dengan pemilik kendaraan barang untuk memenuhi kebutuhan konsumen akan jasa angkutan barang tersebut. Kemudian Go-car yang merupakan jasa angkutan roda empat sama halnya seperti taksi dalam melayani pelanggannya apabila pelanggan tersebut tidak memilih kendaraan roda dua dan lebih memilih kendaraan roda empat saat menggunakan

jasa transportasi online tersebut. Selain itu terdapat juga Go-clean, Go-smart, Go-tix dan lain-lain (<https://www.liputan6.com/tag/gojek>).

Perkembangan Transportasi online khususnya Go-Jek tidaklah sendirian banyak kompetitor yang berusaha menjadi pesaing dalam memberikan jasa pelayanan dengan menggunakan teknik pemasaran yang berbeda untuk menarik konsumen dalam menggunakan jasanya seperti Grab, Uber, dan masih banyak lainnya. Go-Jek memiliki sistem bisnis dengan cara bermitra dengan pihak lain atau *steakholder* lainnya salah satunya yaitu driver yang telah memiliki spesifikasi yang telah ditetapkan oleh pihak perusahaan Go-Jek sendiri, Go-Jek tidak menyediakan alat transportasi sehingga pihak Go-jek hanya memiliki keuntungan dari aplikasi yang telah di Download oleh Konsumen dan pada saat membuka aplikasi tersebut keuntungan tersebut akan diterima oleh pihak Go-Jek langsung selain dari pembagian pendapatan yang diterima oleh pihak lain atau driver Go-Jek dan pihak perusahaan dari pembayaran jasa yang telah di rasakan oleh konsumen. sistem bisnis ini sebetulnya memang sudah dipakai juga oleh beberapa perusahaan sejenis yang menawarkan jasa dan dengan menggunakan metode yang sama dalam berbisnis transportasi khususnya transportasi berbasis online (Harum Al Rasyid, 2016).

Dalam Go-Jek kualitas pelayanan sangat berpengaruh penting, dari segi kenyamanan dan keamanan yang diberikan kepada pelanggan, sangat menarik pelanggan akan menggunakan jasa Go-Jek kembali. Pelanggan Go-Jek akan terus mempercayai jasa yang mereka jual jika kualitas layanan yang diberikan sangat memuaskan. Ikatan emosional seperti ini akan memancing perusahaan agar lebih

mementingkan kualitas pelayanan. Harapan pelanggan yang di tujukan kepada go-jek akan lebih mengutamakan kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan atau *Service Quality* adalah keseluruhan corak dan karakteristik dari sebuah jasa yang menunjang kemampuan untuk memuaskan pelanggan baik secara langsung maupun tidak langsung. Kualitas pelayanan adalah suatu ukuran bagaimana pelayanan didistribusikan sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Penyampaian kualitas pelayanan berarti penyelarasan ekpektasi pelanggan kedalam sesuatu hal yang konsisten (Rahmayanti 2009).

Faktor yang kurang baik terhadap Go-Jek membuat konsumen tidak melakukan transaksi jasa transportasi online maka peneliti melakukan pra survey untuk mengetahui faktor yang kurang mempengaruhi responden untuk tetap puas dalam menggunakan jasa transportasi online.

Melihat bahwa Go-Jek merupakan salah satu perusahaan yang menggunakan teknologi internet dalam menjalankan usahanya dan di klaim sebagai salah satu perusahaan besar, akan tetapi banyak pengguna mengeluhkan *system* pada Go-Jek masih tidak sesuai harapan, hal ini terlihat dari tingkat keluhan yang besar, maka perusahaan harus tetap memperhatikan kenyamanan dan keamanan ketika mengakses aplikasi tersebut. *Online servicescape* adalah faktor-faktor dari lingkungan *online* yang timbul selama proses penyaluran jasa untuk memberikan kenyamanan kemudahan dan keamanan untuk konsumen yang mengunjungi situs, website ataupun aplikasi untuk melakukan transaksi atas kebutuhannya (Harris & Goode, 2010).

Faktor dominan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pada Transportasi berbasis aplikasi *online* Go-Jek yaitu:

*Online servicescape*, keindahan dan tata letak aplikasi serta keamanan dalam melakukan proses pembayaran akan menambah kepuasan pelanggan terhadap penyedia jasa transportasi khususnya Go-Jek sehingga akan mendorong seseorang tersebut kepada loyalitas. Melihat bahwa Go-Jek merupakan salahsatu perusahaan yang menggunakan tekhnologi internet dalam menjalankan usahanya dan di kalim sebagai salah satu perusahaan besar, akan tetapi banyak pengguna mengeluhkan system pada Go-Jek masih tidak sesuai harapan, hal ini terlihat dari tingkat keluhan yang besar,maka perusahaan harus tetap memperhatikan kenyamanan dan keamanan ketika mengakses aplikasi tersebut.menurut Harris & Goode (2010) *online servicescape* adalah factor-faktor dari lingkungan *online* yang timbul selama proses penyaluran jasa untuk memeberikan kenmyaman kemudahan dan keamanan untuk konsumen yang emngunjungi situs,website ataupun aplikasi untuk melakukan transaksi atas kebutuhannya.

Faktor dominan kedua yaitu *Service quality* akan mempengaruhi seseorang untuk memutuskan seseorang tersebut dalam menggunakan jasa transportasi yang ditawarkan oleh perusahaan ,semakin pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa baik maka besar kemungkinan pelanggan akan tetap menggunakan jasa tersebut secara berkelanjutan. Melihat hasil pra survey diatas, Transportasi berbasis aplikasi *online* Go-Jek perlu melakukan perbaikan dari segi pelayanan untuk mengembangkan *service quality* menjadi lebih baik lagi sehingga dapat memperluas bisnisnya dan dapat menjadi prioritas dalam

menggunakan jasa tersebut. A.Parasuraman dalam Lupiyoadi (2013:216) mengungkapkan apabila kualitas pelayanan yang diterima oleh konsumen lebih baik atau sama dengan yang dibayangkan, maka konsumen cenderung akan mencoba kembali. Akan tetapi, bila pelayan yang diterima lebih rendah dari layanan yang diharapkan, maka konsumen akan kecewa dan akan menghentikan hubungannya dengan perusahaan yang bersangkutan. Konsumen akan beralih ke penyedia jasa lain yang lebih mampu memahami kebutuhan spesifik konsumen dan memberikan pelayanan yang lebih baik, bahkan lebih buruknya konsumen akan menyebarkan *word of mouth* negatif.

Faktor dominan yang terakhir yaitu kepuasan konsumen, merupakan hal yang perlu di perhatikan bagi perusahaan jasa transportasi berbasis aplikasi online Go-Jek kepuasan merupakan hal yang sangat penting bagi pengguna layanan jasa tersebut, untuk menentukan apakah akan terus menggunakan jasa yang ditawarkan oleh pihak perusahaan, jika kepuasan ini di dapatkan oleh konsumen maka besar kemungkinan akan mendorong kepada loyalitas konsumen, dan apabila konsumen tidak merasa puas akan pelayanan yang diberikan besar kemungkinan konsumen tersebut akan berpindah kepada jasa sejenis lainnya. Menurut Lovelock (2015) pengertian kepuasan memiliki indikator seperti Mendorong orang kembali dan mendorong loyalitas Mempromosikan cerita positif dari mulut ke mulut Menurunkan biaya untuk menarik pelanggan baru Mengisolasi pelanggan dari persaingan dan Dapat menciptakan keunggulan yang berkelanjutan Mengurangi biaya kegagalan dan mendorong orang kembali.

Berdasarkan dari penjelasan diatas maka peneliti mengadakan penelitian pada perusahaan Go-Jek yang dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu *online servicescape*, *service quality* dan kepuasan pelanggan. Hasil penelitian tersebut akan dijabarkan kedalam bentuk skripsi dengan judul “Pengaruh *Online Servicescape* Dan *Service Quality* Terhadap Kepuasan Pelanggan Go-Jek Di Jember”.

Kini masyarakat Jember bisa menikmati layanan transportasi berbasis online Go-jek maupun Grab. Teknologi transportasi online Go-jek dan Grab melakukan ekspansi bisnis mereka dengan membuka layanan ke Kabupaten Jember. Perluasan layanan ini menyusul kesuksesan perusahaan global ini di kota-kota besar lainnya, karena jember memiliki potensi yang cukup bagus. Dengan menggunakan aplikasi berbasis online, warga dan pengunjung di sejumlah kota kini dapat menekan satu tombol dan mendapatkan perjalanan yang aman, nyaman, dan terjangkau dalam hitungan menit. Di sisi lain, aplikasi Go-jek dan Grab menghadirkan peluang ekonomi yang fleksibel bagi warga yang ingin memperoleh pendapatan tambahan dengan cara berbagi tumpangan menggunakan kendaraan milik sendiri atau sewaan untuk warga lain yang memerlukannya.

Dari informasi yang di himpun beritajember.com, kini masyarakat Jember bisa memesan Go-jek maupun Grab Car menggunakan aplikasi yang bias didownload melalui Playstore. Masih belum ada informasi apakah kedua layanan transportasi tersebut membuka kantornya di Jember, tapi yang jelas masyarakat Jember kini bisa menikmati layanan transportasi online dari kedua perusahaan tersebut. **Sumber : Beritajember.com. (September 3, 2017)**



Belum adanya kendaraan umum yang mampu memberikan pelayanan seperti yang dibutuhkan masyarakat, disinyalir menjadi penyebab ojek online berkembang pesat di Jember.

Keberadaan ojek online di Jember yang tumbuh pesat seiring kebutuhan masyarakat, mendapat tanggapan dari pengamat lalu lintas. Disebutkan masyarakat akan beralih ke kendaraan umum yang memiliki standar keamanan memadai, jika pemerintah mampu menyediakan kendaraan seperti yang dibutuhkan masyarakat.

Pengamat lalu lintas Universitas Jember (Unej), Sonya Sulistya menerangkan, jika mengacu pada aturan yang berlaku tidak ada kendaraan roda dua yang diperuntukkan sebagai kendaraan umum, karena spesifikasinya memang tidak memilikistandar keamanan yang memadai untuk mengangkut penumpang. Berdasarkan Undang-Undang kendaraan yang diperkenankan untuk mengangkut penumpang adalah kendaraan roda 4 atau lebih. Namun menurut RI Joko Widodo beberapa waktu lalu, selama angkutan umum yang ada belum mampu memberi pelayanan seperti yang diharapkan masyarakat, maka ojek online diperkenankan untuk melayani masyarakat.

Yang bisa melihat kendaraan angkutan umum yang ada saat ini sudah seperti yang diharapkan masyarakat atau belum adalah pemerintah daerah. Karena online hanyalah fasilitas yang diberikan kepada masyarakat untuk memberikan kemudahan akses sebuah pelayanan.

Menurut Sonya (2017), yang sebenarnya dibutuhkan adalah bagaimana regulator yang dalam hal ini diperankan pemerintah dan operator harus berfikir

untuk meningkatkan pelayanan bagi masyarakat. Tidak menutup kemungkinan dengan mengaplikasikan sistem transportasi online sesuai perkembangan jaman. Seperti, Sonya lantas mencontohkan, jika nanti Pemkab Jember sudah mampu melakukan penataan jaringan trayek, masing-masing kendaraan angkutan umum dapat dipasang Global Positioning System (GPS) untuk mendeteksi keberadaan armada. Dengan demikian langkah selanjutnya tinggal mengembangkan aplikasi angkutan umum yang bisa di akses secara online. Sehingga masyarakat dari tempatnya berada dapat melihat, untuk kemudian menentukan akan menggunakan armada yang paling sesuai dengan kebutuhannya. Dengan demikian masyarakat akan memiliki alat transportasi umum tanpa harus menjadikan keselamatan jiwa mereka sebagai resiko. **Sumber : SuaraJatim/tow. (8 Juni 2017)**

**Tabel 1.1 Peningkatan Driver Go-Jek Jember selama 8 bulan (2017-2018)**

No	Bulan	Jumlah	Tahun
1.	Agustus	130	2017
2.	September	160	2017
3.	Oktober	230	2017
4.	November	250	2017
5.	Desember	280	2017
6.	Januari	325	2018
7.	Februari	375	2018
8.	Maret	240	2018
TOTAL		2000 Driver	

Sumber : Pegawai Go-Jek daerah Jember 2017-2018

Tabel 1.1 menunjukkan terjadinya peningkatan driver Go-Jek pada bulan Agustus 2017 sampai Februari 2018, dan pada saat bulan Maret 2018 pihak Go-Jek Jember mengurangi penerimaan pegawai (driver) karena pada bulan sebelumnya mengalami penurunan permintaan pasar, jadi dengan hal tersebut pihak Go-Jek dapat menstabilkan antara total driver dengan permintaan pasar

pelanggan, sehingga pada bulan Maret total driver dengan permintaan pasar tersebut *balance*.

**Tabel 1.2 Data Pengunduh Aplikasi Transportasi Online**

	Nama	Jumlah	KETERANGAN
1	GRAB	1.491.938	Berdasarkan pengguna aplikasi
2	GO-JEK	1.231.202	Berdasarkan pengguna aplikasi

Sumber: (Peneliti) via Play Store, 2018.

Berdasarkan data di atas keberadaan Go-Jek di Indonesia menjadi fenomena bagi penggunanya, hal ini karena Gojek merupakan transportasi yang berbasis aplikasi online yang lebih dulu atau lebih awal masuk dan dikenal oleh masyarakat Indonesia, meskipun penyebarannya tidak terdapat di semua kota di Indonesia namun Go-Jek mampu menjadi alternatif jasa angkutan yang dibutuhkan masyarakat saat ini, dari data di atas Go-Jek memiliki pengguna yang cukup banyak sekitar 1.231.202 yang dilihat dari pengunduh aplikasi di *Play Store*, meskipun masih kalah oleh Grab yang berada di peringkat pertama dalam hal penggunaannya. Hal ini mengasumsikan bahwa ada sesuatu yang perlu di analisis secara berkesinambungan dengan di akan penelitian tentang *online servicescape* dan *service quality* mempengaruhi terjadinya hal tersebut.

**Tabel 1.3 Profil Responden Berdasarkan Puas/Tidaknya Terhadap Pelayanan yang diberikan Driver Go-Jek Di Jember.**

<b>Puas/Tidak terhadap pelayanan yang diberikan</b>	<b>Jumlah Responden selama 2 bulan terakhir</b>	<b>Presentase (%)</b>
Pelanggan Puas	27	73%
Pelanggan Tidak Puas	13	27%
Jumlah	40	100%

Sumber: Pelanggan Go-Jek di fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Berdasarkan Tabel 1.3 di atas dapat dilihat bahwa selama 2 bulan terakhir jumlah pelanggan Go-Jek yaitu pada tahun 2017 ke tahun 2018 banyak pelanggan yang merasa puas terhadap pelayanan Go-Jek adalah sebesar 73% dan pelanggan yang merasa tidak puas sebesar 27%, jadi jika dilihat pada tabel 1.3 setiap bulannya membuktikan bahwa pelanggan Go-Jek yang merasa puas dengan pelayanan jasa dari Go-Jek sangat banyak dibandingkan pelanggan yang tidak puas. Keputusan pelanggan untuk tetap menggunakan jasa Go-Jek timbul setelah pelanggan mencoba menggunakan jasa Go-Jek tersebut dan kemudian timbul rasa puas atau tidak terhadap jasanya. Rasa puas terhadap pelayanan jasa tersebut dapat timbul bila pelanggan mempunyai persepsi bahwa jasa yang mereka gunakan berkualitas baik dan dapat memenuhi atau bahkan melebihi keinginan dan harapan pelanggan. Dengan kata lain Go-Jek tersebut mempunyai nilai yang tinggi dimata pelanggan. Tingginya minat ulang menggunakan jasa tersebut akan membawa dampak yang positif terhadap keberhasilan Go-Jek.

## **1.2 RUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan latar belakang penelitian tersebut, maka dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh *Online Servicescape* terhadap kepuasan pelanggan mahasiswa/i fakultas Ekonomi di Universitas Muhammadiyah Jember?
2. Bagaimana pengaruh *Service Quality* terhadap kepuasan pelanggan mahasiswa/i fakultas Ekonomi di Universitas Muhammadiyah Jember?

### **1.3 TUJUAN PENELITIAN**

Adapun tujuan peneliti melakukan penelitian ini diantaranya adalah untuk mengkaji dan menganalisis :

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Online Servicescape* terhadap kepuasan pelanggan transportasi online Go-jek pada mahasiswa fakultas Ekonomi di Universitas Muhammadiyah Jember.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Service Quality* terhadap kepuasan pelanggan transportasi online Go-jek pada mahasiswa fakultas Ekonomi di Universitas Muhammadiyah Jember.

### **1.4 MANFAAT PENELITIAN**

Adapun manfaat dari hasil penelitian ini yaitu mengetahui manfaat yang akan dicapai dari aspek akademis (keilmuan) dan aspek praktis (guna laksana) :

#### **1.4.1 Manfaat Aspek Akademis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi yang bermanfaat bagi peneliti, perusahaan yang diteliti dan pembaca. Adapun kegunaan akademis dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Dengan adanya hasil penelitian ini, peneliti berharap dapat memberikan informasi bagi ilmu pengetahuan, khususnya di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.

2. Dengan hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi ilmu pengetahuan mengenai hubungan dan pengaruh antara teori *online servicescape* dan *service quality* terhadap kepuasan pelanggan.
3. Memberikan informasi tentang teori *online servicescape* dan *service quality*, dan kepuasan pelanggan pada perusahaan, yang mana dapat berguna untuk mempertahankan eksistensi perusahaan di bidang bisnis online khususnya transportasi online.

#### **1.4.2 Manfaat Aspek Praktis**

Hasil penelitian yang telah dilakukan diharapkan dapat memberikan informasi dan manfaat praktis bagi beberapa pihak berikut:

1. Bagi Peneliti
  - a. Dengan penelitian ini peneliti lebih mengetahui strategi yang terdapat dalam *online servicescape* dan *service quality* yang ada pada perusahaan transportasi online Go-Jek.
  - b. Dapat mengetahui cara menggunakan aplikasi dan sarana apa saja yang diberikan dan diterapkan oleh pihak Go-Jek pada *online servicescape*.
  - c. Dapat mengetahui dan membandingkan pelayanan yang diberikan oleh pihak Go-Jek dengan perusahaan jasa transportasi online lainnya.
  - d. Dapat mengetahui faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pada penggunaan aplikasi Go-Jek.
  - e. Dapat mengetahui sistem dan alur kerja pada perusahaan *e-commerce*.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian yang telah dilakukan diharapkan dapat memberikan

tambahan informasi dan bahan perbandingan bagi siapa saja yang akan meneliti dalam bidang usaha dan permasalahan yang sama yang ada untuk semua kalangan umum yang ingin menambah pengetahuannya dibidang usaha.

