

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

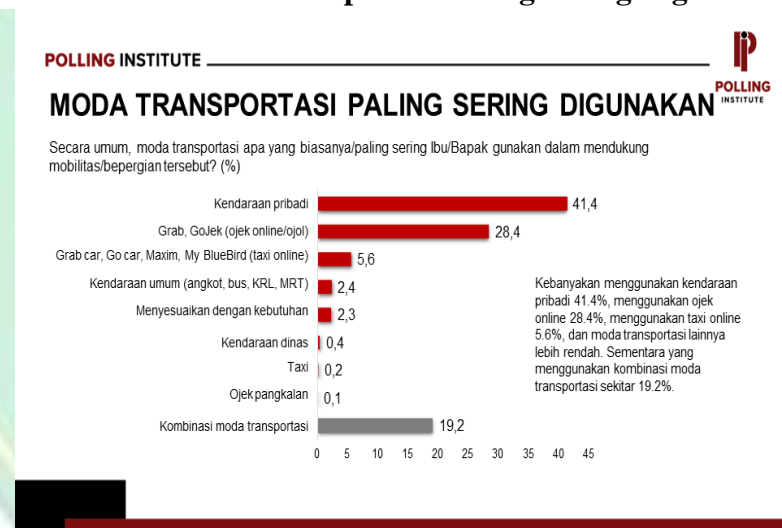
Transportasi *online* muncul di tengah kondisi sistem transportasi di Indonesia yang belum tertata dengan baik. Beberapa perusahaan besar berlomba-lomba untuk membentuk perusahaan transportasi berbasis aplikasi online, beberapa di antaranya adalah Ojek *Online*, Grab, Anterin, Maxim dan Nujek. Bagi sebagian orang transportasi *online* merupakan solusi atas sistem transportasi yang masih buruk, namun di sisi lain merupakan masalah bagi orang-orang yang menggantungkan hidup dari jasa transportasi yang tidak mengandalkan teknologi. Transportasi *online* menawarkan kemudahan, biaya yang lebih murah, kenyamanan dan keamanan yang lebih terjamin, maka tidak mengherankan jika banyak orang yang beralih dari moda transportasi konvensional ke moda transportasi *online* (Ayu, 2018).

Bisnis transportasi berbasis internet menawarkan layanan transportasi yang tidak hanya mengangkut penumpang tetapi juga mengangkut makanan, barang, dan layanan lainnya. Jika masyarakat memerlukan transportasi. Dalam keadaan mendesak atau terburu-buru, transportasi *online* bisa menjadi salah satu solusi, smartphone yang terhubung ke aplikasi dapat membantu melakukan semua proses, mulai dari pemesanan hingga pembayaran. Ini membuat transportasi *online* lebih efisien dan efektif. Transportasi *online* sekarang menjadi pilihan bagi masyarakat, terutama generasi Z, yang sangat bergantung pada teknologi dan sudah menjadi bagian dari kehidupan mereka. Oleh karena itu, bisnis yang menyediakan layanan transportasi *online* dapat berkembang karena dapat memenuhi kebutuhan atau keinginan masyarakat, termasuk mahasiswa, untuk menunjang aktivitas sehari-hari (Pratiwi & Kesumadewi, 2017).

Ojek *online* merupakan salah satu transportasi umum berbasis teknologi digital yang cara kerjanya sama dengan ojek pada umumnya, yaitu

menggunakan sepeda motor sebagai moda transportasinya. Dalam masyarakat global, khususnya di kota-kota besar dengan banyak hal yang terjadi, tidak dapat dipungkiri bahwa kemacetan lalu lintas selalu menjadi sumber perdebatan. Ojek *online* merupakan ojek yang memanfaatkan teknologi dengan menggunakan aplikasi smartphone untuk memberikan kemudahan bagi pengguna jasa untuk memanggil *driver* ojek selain menggunakan jasa tersebut untuk mengangkut orang dan/atau barang. Ojek *online* ini diciptakan dengan menggunakan teknologi yang semakin canggih untuk memudahkan masyarakat dalam melakukan kegiatan sehari-hari (Amiruddin, 2019). Dan berikut ini moda transportasi paling sering digunakan oleh masyarakat:

**Gambar 1.1: Moda Transportasi Paling Sering Digunakan**



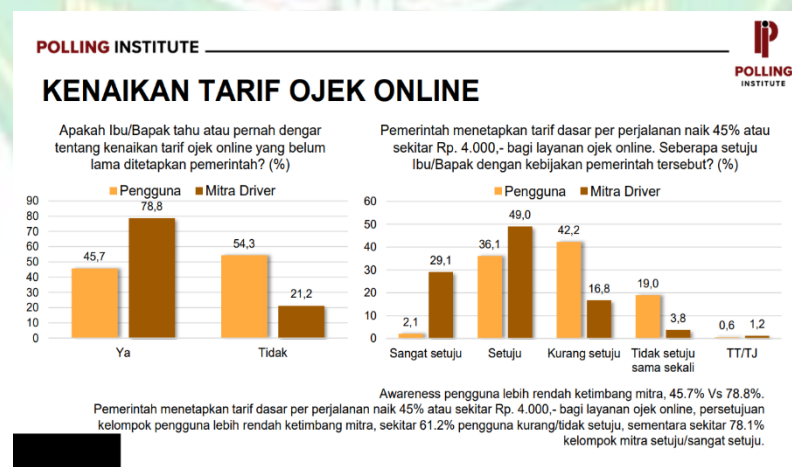
Sumber : Polling institute 2022

Dari gambar 1.1 menunjukkan bahwa kebanyakan masyarakat menggunakan kendaraan pribadi 41.4%, ojek *online* 28%, taxi *online* 5.6%, dan transportasi lain semuanya lebih rendah. Dapat disimpulkan bahwa sebagian besar masyarakat masih menggunakan ojek *online* untuk kebutuhan sehari-hari mereka, dan ini lebih sering digunakan setelah kendaraan pribadi tentunya hal ini sangat berkaitan dengan kepuasan pelanggan itu sendiri terhadap pendapatan *driver* ojek *online* karna 28% masyarakat masih menggunakan ojek *online*.

Peningkatan penggunaan ojek *online* menimbulkan permasalahan baru tentang persaingan tarif antar aplikasi ojek *online*. Tidak adanya peraturan yang mengatur tarif dasar ojek *online* menyebabkan persaingan harga. Akibatnya, setiap perusahaan ojek *online* berusaha mendapatkan pelanggan dengan menetapkan tarif dasar yang tidak masuk akal secara umum. Karena perbedaan ini, pemerintah mulai menetapkan tarif batas bawah dan batas atas untuk ojek *online*. Peraturan ini ditetapkan dalam Keputusan Menteri Perhubungan nomor 348 tahun 2019 tentang pedoman perhitungan biaya jasa penggunaan sepeda motor yang digunakan untuk kepentingan masyarakat yang dilakukan dengan aplikasi.

Seiring berjalannya waktu, pemerintah kembali menaikkan tarif ojek *online* melalui Keputusan Menteri Perhubungan nomor KP 667 Tahun 2022 yang memuat pedoman penetapan tarif, biaya servis sepeda motor yang digunakan untuk kepentingan masyarakat. Pemerintah menaikkan tarif dasar ojek *online* dengan mempertimbangkan beberapa faktor, antara lain kenaikan harga BBM, upah UMR, dan beberapa komponen lainnya. Reaksi pelanggan dan Driver ojek *online* terhadap kenaikan tarif baru tersebut adalah sebagai berikut:

**Gambar 1. 2: Data Respon Dan Setuju Tidaknya Pelanggan Dan Driver Atas Kenaikan Tarif Baru**



Sumber: Polling institute, 2022

Gambar 1.2 menunjukkan bahwa *driver* mengetahui adanya kenaikan tarif ojek *online* sedangkan untuk pelanggan sendiri tidak mengetahui adanya kenaikan tarif ojek online ini. Secara spesifik, *driver* yang mengetahui kenaikan tarif, berjumlah 78,8%, sedangkan pelanggan yang tidak mengetahui kenaikan tarif ojek *online* memiliki persentase lebih besar, yaitu 54,3%. Pelanggan pengguna ojek *online* tidak mengetahui adanya kenaikan tarif belakangan ini. Selain itu, tingkat kesepakatan dan ketidak sepakatan (45% vs 78,8%) antara *driver* dan pelanggan, pengguna lebih sedikit dibandingkan mitra ojek *online*. Untuk layanan ojek *online*, pemerintah menetapkan kenaikan tarif dasar perjalanan sebesar 45% atau sekitar Rp 4.000. Namun, lebih sedikit pengguna dari pada mitra yang setuju: sekitar 78.1%, dan pengguna tidak setuju 61,2%.

Ada kemungkinan bahwa banyak pengguna ojek *online* masih tidak setuju dan tidak tahu tentang kenaikan tarif ini. Pelanggan, akan mempertimbangkan berbagai opsi transportasi *online* sebelum menggunakannya. Mereka akan mempertimbangkan berbagai faktor seperti harga, kemudahan, keamanan dan kepuasan pelanggan. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Risdiyanto dkk, (2021), tentang pendapatan sebelum dan sesudah penetapan tarif ojek *online* menunjukkan bahwa adanya peningkatan pendapatan ojek *online* setelah kenaikan tarif. Salah satu hal utama yang dipertimbangkan oleh pelanggan adalah kepuasan pelanggan. Karena itu, harga menjadi faktor penting yang dapat mempengaruhi keputusan pelanggan, karena semakin mahal harga yang ditawarkan, semakin sedikit pilihan yang dapat mereka buat. Sebaliknya, semakin banyak orang yang menggunakan jasa transportasi *online* tersebut seiring dengan penurunan harga (Enru et al., 2021).

Menurut Ari (2020), lokasi *driver*, jam operasional, dan jarak yang ditempuh oleh *driver* memengaruhi pendapatan *driver* ojek *online*. Selain itu, ada sumber lain yang dapat mempengaruhi pendapatan *driver* ojek *online*. Dalam penelitian di atas bahwasanya kenaikan bahan bakar minyak

dapat mempengaruhi pendapatan *driver* ojek, tetapi hanya 25% dan 75% sisanya dipengaruhi oleh sistem poin. Penelitian Giri & Dewi (2017) mengungkapkan bahwa jam kerja dan pengalaman kerja berpengaruh positif terhadap pendapatan *driver* gojek. Adapun faktor lain yang bisa mempengaruhi pendapatan *driver* gojek yaitu tarif dan kebijakan perusahaan, performa dan kualitas pelayanan. Menurut penelitian Saputra (2018) ditemukan kesalahan dalam kegiatan operasional di lapangan yang dapat berdampak pada kinerja perusahaan dan pendapatan *driver* ojek *online*. Hal ini dikarenakan kebijakan perusahaan gojek dapat menyebabkan lemahnya penerapan sistem informasi akuntansi (Mallo dan Nugroho, 2021). Kepuasan pelanggan tidak hanya menciptakan pengalaman positif, tetapi juga memiliki dampak langsung terhadap pendapatan driver, karena penilaian dan umpan balik yang baik dapat meningkatkan peluang untuk mendapatkan lebih banyak perjalanan.

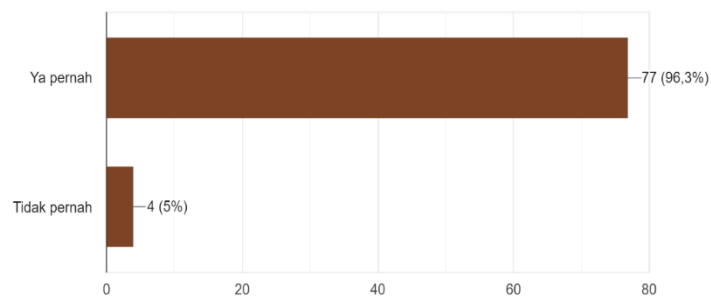
Menurut Yuliarmi dan Riyasa (2007), kepuasan pelanggan yaitu fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dihasilkan dengan harapan yang telah dibandingkan kinerjanya. Di sisi lain, Engel, Blackwell dan Miniard (1995:273) menggambarkan kepuasan sebagai evaluasi setelah konsumsi, bahwa pilihan yang dipilih setidaknya memenuhi atau melebihi harapan. Menurut Keller dan Keller (2009:139). Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka.

Di Cirebon sendiri, ojek *online* pertama kali muncul pada tahun 2017. Hingga saat ini terdapat perusahaan yang beroperasi antara lain, Gojek, Grab, Anterin, Maxim, dan Nujek.

Transportasi *online* memegang peranan penting dalam masyarakat perkotaan, khususnya bagi mahasiswa. Salah satu mahasiswa IAIN khususnya FEBI IAIN Syekh Nurjati Cirebon. Berikut ini data hasil survei pra penelitian pada hasiswa FEBI IAIN Syekh Nurjati Cirebon yang pernah memesan ojek *online*

**Gambar 1. 2: Hasil Survei Pra-Penelitian Pada mahasiswa FEBI IAIN Syekh Nurjati Cirebon Yang Pernah Memesan Ojek Online**

Apakah anda pernah memesan aplikasi ojek online  
80 jawaban



*Sumber : Survei Pra-Penelitian (Data Diolah), 2023*

Hasil pra-penelitian peneliti menunjukkan bahwa rata-rata mahasiswa FEBI IAIN Syekh Nurjati Cirebon. Dari 80 responden menyatakan bahwa 96,3% memesan ojek *online* dan 5% tidak pernah memesan ojek *online*. Dapat di simpulkan bahwa mahasiswa FEBI IAIN Syekh Nurjati Cirebon pernah memesan ojek *online* karna praktis, cepat dan nyaman untuk transportasi sehari-hari.

Karena prosedurnya, transportasi *online* dianggap berperan dalam menawarkan pilihan transportasi yang cepat, aman, dan nyaman. Mahasiswa IAIN Cirebon lebih mudah memesan hanya dengan menggunakan smartphone, terutama karena fleksibilitas pemesanannya. Hal ini memudahkan mereka untuk berpindah-pindah, terutama di wilayah yang sulit dijangkau oleh transportasi konvensional. Banyak mahasiswa menggunakan ojek *online* karena praktis, murah, dan memudahkan perjalanan tanpa harus memiliki kendaraan sendiri.

Hal ini tampaknya konsisten dengan teori *Castells* tentang masyarakat jaringan dengan budaya virtualitas nyata dan tingkat ketergantungan yang tinggi pada teknologi komunikasi mutakhir untuk interaksi antar pribadi. Selain itu, teori Castelles mengenai kebangkitan

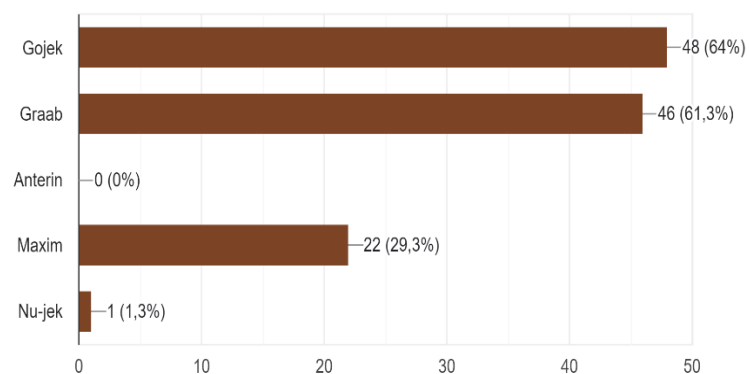
ekonomi baru yang mendorong munculnya masyarakat jaringan juga sejalan dengan transportasi online, yang didefinisikan sebagai ekonomi jaringan berbasis informasi global. Dimana kombinasi penggunaan faktor produksi berbasis informasi dan ilmu pengetahuan dioptimalkan untuk memaksimalkan produktivitas.

Dari hasil Gambar 1.3 menggambarkan bahwa mahasiswa FEBI IAIN Cirebon yang menyambut positif hadirnya transportasi *online* sebagai pengganti moda transportasi. Hal ini jelas terjadi dalam beberapa tahun terakhir sejak munculnya transportasi *online*. Mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon yang tinggal di dekatnya mungkin membutuhkan layanan transportasi *online* yang dapat dipesan melalui *smartphone*. Belum lagi tingginya persentase mahasiswa IAIN yang berpergian, transportasi *online* tentunya sangat penting untuk mereka gunakan sebagai moda transportasi cadangan karna dapat menjangkau kawasan yang tidak dilalui transportasi umum. IAIN Syekh Nurjati, mahasiswa FEBI, memberikan informasi mengenai penggunaan layanan ojek *online* sebagai berikut

**Gambar 1.3: Hasil Survei Pra-Penelitian Pada mahasiswa FEBI IAIN Syekh Nurjati Cirebon**

Pada aplikasi apa anda memesan ojek online

75 jawaban



Sumber : Survei Pra-Penelitian (Data Diolah), 2023

Gambar 1.4 dari 75 responden menunjukkan bahwa Gojek (64%), Graab (61,3%), Anterin (0%), Maxim (22,3%), dan Nu-Jek (1,3%) menjadi

lima besar mahasiswa FEBI IAIN Syehk Nurjati Cirebon yang memesan atau menggunakan jasa ojek *online*.

Tidak dapat dipungkiri persaingan semakin ketat karena semakin besarnya minat konsumen untuk menggunakan layanan transportasi *online*. Dunia usaha harus selalu mengikuti perkembangan teknologi agar tidak tertinggal dari pesaingnya. Suatu bisnis harus mampu memuaskan kliennya agar dapat unggul dalam persaingan. Beberapa cara untuk melakukannya antara lain dengan menawarkan layanan pelanggan yang unggul, harga terjangkau, dan layanan berkualitas tinggi dibandingkan pesaing. Ketidakpuasan pelanggan dapat berasal dari harga yang tinggi, pelayanan yang buruk, dan pelayanan yang buruk dalam berbagai tingkat. Yunita (2019).

Menurut (Rifusua, 2010), transportasi umum yang nyaman, aman, dan cepat merupakan hal yang sangat penting. Hampir semua kebutuhan tersebut dipenuhi oleh layanan ojek *online*. Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, penulis tertarik dengan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan pada Mahasiswa FEBI IAIN Syehk Nurjati Cirebon dengan judul **“Pengaruh Kenaikan Tarif Ojek *Online* Terhadap Pendapatan *Driver* Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Kasus Pada Mahasiswa IAIN Syehk Nurjati Cirebon)”**

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan, antara lain:

1. Masih banyak pelanggan ojek online terutama pada Mahasiswa FEBI Iain Syehk Nurjati Cirebon tidak setuju dan tidak tau atas kenaikan tarif ojek online ini.
2. Pendapatan *driver* menurun akibat kenaikan tarif karna banyak pelanggan yang beralih ke kendaraan pribadi ataupun ketransportasi lain yang mengakibatkan pendapatan berkurang



3. Kurangnya kepuasan pelanggan ojek *online* terutama pada mahasiswa FEBI Iain Syekh Nurjati Cirebon akibat tarif yang terlalu mahal.
4. Terdapat research gap sehingga perlu diteliti dan dikaji lebih mendalam.

### **C. Batasan Masalah**

Pemecahan masalah dilakukan untuk mencegah penyimpangan dan pelebaran pokok masalah sehingga penelitian lebih terarah dan lebih mudah dibahas. Fokus penelitian ini hanya terbatas pada kenaikan tarif ojek online, pendapatan driver dan kepuasan pelanggan. Pada mahasiswa FEBI IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan pembatasan masalah yang ada, pembahasan yang akan dilakukan dirumuskan dalam beberapa pertanyaan sebagai berikut:

1. Apakah kenaikan tarif ojek *online* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada mahasiswa FEBI IAIN Syekh Nurjati Cirebon ?
2. Apakah kenaikan tarif ojek *online* berpengaruh terhadap pendapatan driver pada mahasiswa FEBI IAIN Syekh Nurjati Cirebon?
3. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap pendapatan driver pada mahasiswa FEBI IAIN Syekh Nurjati Cirebon?
4. Apakah pengaruh kepuasan pelanggan ojek *online* terhadap pendapatan driver melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada mahasiswa FEBI IAIN Syekh Nurjati Cirebon ?

### **E. Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan perumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kenaikan tarif ojek *online* terhadap kepuasan pelanggan pada mahasiswa FEBI IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kenaikan tarif ojek *online* terhadap pendapatan driver pada mahasiswa FEBI IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap pendapatan driver pada mahasiswa FEBI IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan ojek *online* terhadap pendapatan driver melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada mahasiswa FEBI IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

#### **F. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan, yaitu:

1. Bagi penulis  
Merupakan pembelajaran dalam menganalisis hal yang mempengaruhi pendapatan driver pada mahasiswa FEBI IAIN Syekh Nurjati Cirebon dalam penggunaan ojek online.
2. Bagi akademis  
Dapat menambah khasanah pengetahuan akan hal yang mempengaruhi pendapatan driver pada mahasiswa FEBI IAIN Syekh Nurjati Cirebon dalam penggunaan ojek *online*.
3. Bagi Peneliti Selanjutnya  
Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat menjadi bahan referensi untuk pembuatan karya ilmiah dan penelitian lanjutan terkait pengaruh Kenaikan Tarif Ojek *Online* terhadap pendapatan driver dan kepuasan penumpang pada mahasiswa FEBI IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

#### **G. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan yaitu rangkaian pembahasan yang mencakup dalam isi penelitian, yang mana satu dengan yang lain saling berkaitan dan

berhubungan sebagai satu kesatuan yang utuh, yang merupakan urutan dari setiap bab, maka penulis menyusun skripsi ini ke dalam bab yang masing-masing terdiri dari beberapa judul yang saling berkaitan. Adapun susunannya adalah sebagai berikut :

## **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini berisi, penulis menguraikan mengenai latar belakang permasalahan pada pengaruh kenaikan tarif ojek *online* terhadap pendapatan driver dengan kepuasan. rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

## **BAB II LANDASAN TEORI**

Pada bab ini berisi tentang penulis mencoba menguraikan tinjauan pustaka yang digunakan dalam penelitian, yaitu teori mengenai pengaruh kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada hubungan kenaikan tarif ojek *online* terhadap pendapatan driver.

## **BAB III METODE PENELITIAN**

Pada bab ini berisi tentang jenis penelitian yang digunakan, sumber data yang berisi sumber primer dan sekunder, lalu berisi tehnik pengumpulan data juga tehnik analisis data

## **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini berisi gambaran umum tentang pengaruh kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada hubungan kenaikan tarif ojek *online* terhadap pendapatan driver, kesimpulan hasil penelitian skripsi, objek penelitian, dan pembahasan hasil penelitian.

## **BAB V PENUTUP**

Pada bab ini berisi pernyataan singkat berupa kesimpulan dari permasalahan yang telah dibahas dan saran untuk pemanfaatan penelitian dimasa mendatang dan masukan bagi pihak terkait. Serta penutup dimana pada bagian ini terdiri dari kesimpulan yang di dapat dari hasil akhir penelitian dan saran bagi pembaca.