

BAB I

PENDAHULUAN

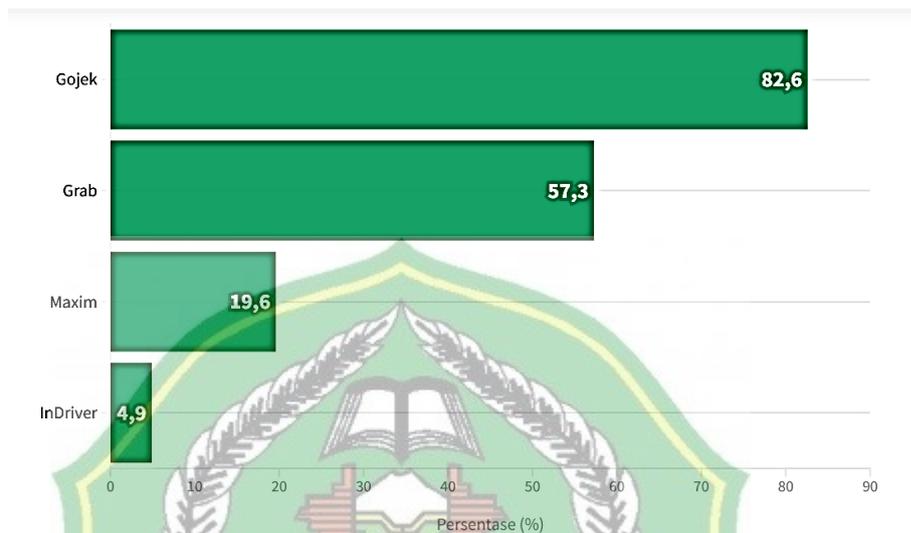
A. Latar Belakang

Setiap masyarakat mempunyai aktivitas yang berbeda, untuk dapat melakukan beragam aktivitasnya masyarakat membutuhkan adanya transportasi. Masih untuk memudahkan aktivitas sehari-hari. Orang membutuhkan transportasi untuk berbagai aktivitasnya seperti bekerja, sekolah, berwisata dan aktivitas lainnya. Banyaknya masyarakat yang masih mengandalkan angkutan umum nampaknya tidak diimbangi dengan penyediaan angkutan umum yang memadai, terutama dalam hal mobilitas. Apalagi dengan berbagai permasalahan yang muncul di perkotaan seperti kemacetan lalu lintas, minimnya pelayanan dan kondisi angkutan umum yang belum sesuai dengan harapan masyarakat. Masalah lain muncul dengan banyaknya kejahatan yang dilakukan di angkutan umum, hal tersebut semakin meningkatkan ketidaknyamanan masyarakat di angkutan umum (Tumuwe et al, 2018).

Transportasi merupakan sarana umum yang digunakan untuk mengangkut suatu barang atau manusia dari satu tempat ke tempat yang lain. Kemunculan transportasi *online* di saat kondisi transportasi yang masih belum tertatih dengan baik tentunya membawa kabar baik bagi sebagian masyarakat. Saat ini mulai banyak perusahaan besar yang berlomba-lomba untuk membentuk transportasi *online* yang menggunakan aplikasi salah satunya yaitu Gojek (Azizah, 2018).

Gojek adalah sebuah perusahaan yang bergerak dibidang pelayanan transportasi ojek, yang bertujuan untuk menghubungkan ojek dengan penumpang ojek. Gojek merupakan perusahaan yang berjiwa sosial yang memimpin revolusi industri transportasi ojek. Karena efektivitas tujuan perusahaan ini yang bermitra kepada pengendara ojek yang berpengalaman semakin baik dan meningkatnya peminat pelanggan sehingga Gojek dikembangkan di kota-kota besar lainnya seperti khususnya daerah Jabodetabek, Bandung, Medan, Surabaya, Bali dan kota-kota lainnya. PT. Gojek Indonesia juga memberikan layanan lain selain *Go-Ride* (jasa antar

penumpang), yaitu *Go-Send* (jasa antar barang), *Go-Food* (jasa pemesanan pengiriman makanan), *Go-Mart* (jasa pembelian barang yang dibutuhkan konsumen), *Go-Box* (jasa pemesanan mobil pick-up untuk membawa banyak barang), *Go-Clean* (jasa pembersihan rumah), *Go-Glam* (jasa kecantikan), dan *Go-Massage* (jasa pijatan) (Salengo, 2020).



Gambar 1.1
Transportasi *Online* Paling Banyak Digunakan
 Sumber: INDEF 2022

Menurut hasil survei Indef, Gojek menjadi layanan ojek *online* favorit masyarakat Indonesia. Tercatat ada 82% responden yang menggunakan layanan milik PT GoTo Gojek Tokopedia Tbk. tersebut, meski memiliki aplikasi lainnya. Sebanyak 57,3% responden menggunakan layanan ojek *online* dari Grab. Kemudian, ada 19,60% responden yang memakai layanan ojek *online* dari Maxim. Sementara, hanya sedikit konsumen yang menggunakan layanan ojek *online* dari InDrive. Persentasenya tercatat sebesar 4,90%. Lebih lanjut, survei Indef juga menunjukkan, Gojek menjadi layanan logistik *online* yang paling sering digunakan oleh konsumen Indonesia. Hal itu sebagaimana disampaikan oleh 64,06%. Persentase responden yang menggunakan layanan logistik *online* milik Grab sebesar 42,19%. Sebanyak 28,13% responden memakai layanan logistik *online* dari Shopee Express. Sebanyak 18,75% responden memakai LalaMove. Lalu, 10,94% responden

menggunakan layanan Anteraja. Sedangkan, persentase responden yang memakai layanan logistik *online* dari Ninja Express dan Deliveroo masing-masing sebesar 7,81% dan 5,47%. Sebagai catatan, survei Indef diselenggarakan secara daring dengan melibatkan 2.304 pengguna ojek *online* pada Agustus-September 2022. Selain itu, survei ini turut melibatkan 1.152 pedagang yang memanfaatkan jasa logistik *online* (Sarnita, 2022).

Semakin banyaknya ojek *online* berdampak pada semakin ketatnya persaingan. Faktor yang menjadi penyebab terjadinya hal tersebut yakni adanya persaingan harga dan banyaknya alternatif pilihan jasa ojek *online*. Hal ini menjadikan konsumen semakin selektif. Konsumen akan memilih salah satu di antara pilihan alternatif yang menurutnya sesuai dengan yang diinginkan. Mengantisipasi keadaan tersebut maka perusahaan ojek *online* khususnya Gojek harus bisa menciptakan kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan merupakan faktor yang sangat penting bagi keberadaan, kelangsungan, dan perkembangan perusahaan. Saat ini banyak perusahaan yang semakin memahami arti penting dari kepuasan konsumen dan menjalankan strategi guna memberikan kepuasan bagi konsumennya. Sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan (Muis et al, 2018). Kepuasan pelanggan adalah hasil pembelian dan pemakaian yang didapatkan dari perbandingan antara *reward* dan biaya pembelian dengan konsekuensi yang diantisipasi sebelumnya (Tjiptono, 2014).

Kepuasan konsumen membawa dampak yang besar bagi perusahaan. Dengan mempertahankan dan memuaskan pelanggan saat ini jauh lebih mudah dibandingkan terus-menerus berupaya menarik atau memprospek pelanggan baru, biaya mempertahankan pelanggan lebih murah dibandingkan biaya mencari pelanggan baru. Pelanggan yang puas dapat menjadikan hubungan antara perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, menjadi *advocator* bagi perusahaan terutama ketika reputasi perusahaan atau produk dilecehkan oleh orang lain, serta membentuk rekomendasi positif dari mulut ke mulut yang sangat menguntungkan bagi perusahaan (Muis et al, 2018).

Salah satu faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan adalah harga. Harga adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu (Sudaryono, 2016). Harga yang dibebankan terhadap jasa yang ditawarkan menjadikan indikasi bahwa kualitas jasa macam apa saja yang akan menjadi konsumen terima (Manus & Lumanauw, 2015).

Dengan demikian diperlukan strategi penetapan harga yang tepat. Strategi penetapan harga sangat penting untuk menarik perhatian konsumen. Harga yang tepat adalah harga yang sesuai dengan kualitas produk suatu barang dan harga tersebut dapat memberikan kepuasan kepada konsumen. Para pemasar berusaha untuk mencapai sasaran tertentu melalui komponen-komponen penetapan harga. Beberapa perusahaan mencoba untuk meningkatkan keuntungan dengan menetapkan harga rendah untuk menarik bisnis baru.

Faktor kedua yang memengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan adalah berfokus pada pelayanan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen (Solikha & Suprpta, 2020).

Kualitas pelayanan yang baik dapat menjadi keunggulan bersaing bagi perusahaan jasa. Kualitas pelayanan juga merupakan kunci untuk mencapai kesuksesan. Baik tidaknya kualitas pelayanan barang atau jasa tergantung pada kemampuan produsen dalam memenuhi harapan konsumen secara konsisten. Kualitas pelayanan dikatakan memuaskan jika layanan yang dirasakan sama atau melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan. Pelayanan yang seperti inilah yang dipersepsikan sebagai pelayanan berkualitas dan memuaskan. Harapan konsumen tersebut tercermin pada pelayanan yang baik, ramah tamah, sopan santun, ketepatan waktu, dan kecepatan menjadi nilai penting yang diharapkan oleh para konsumen. Konsumen yang merasa puas secara tidak langsung akan mendorong terjadinya rekomendasi dari mulut ke mulut, bahkan dapat memperbaiki citra perusahaan di mata konsumen. Oleh karena itu,

kualitas pelayanan harus menjadi fokus utama perhatian perusahaan karena dapat menciptakan kepuasan pelanggan.

Hasil riset untuk memperkuat teori yang dikemukakan di atas. Penelitian yang dilakukan oleh (Marati, 2016) tentang “Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Ojek *Online* (Studi Pada Konsumen Gojek Di Surabaya)”, hasil penelitian menunjukkan bahwa harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Tsalisa et al, 2022) juga membuktikan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi *online* Maxim di Semarang. Namun demikian terdapat hasil penelitian yang berbeda oleh (Kurniawati et al, 2019) melakukan penelitian tentang “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan *Brand Image* Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Pizza Hut Cabang Jember” menunjukkan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Dan penelitian yang dilakukan oleh (Yesenia, 2014) tentang “Pengaruh Kualitas pelayanan dan Produk terhadap Kepuasan serta Loyalitas Pelanggan *Kentucky Fried Chicken* di Tangerang Selatan” menunjukkan kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian ini menggunakan Gojek sebagai objek penelitian. Meskipun Gojek sebagai pionir layanan ojek berbasis aplikasi *mobile*, namun Gojek tidak terlepas dari berbagai permasalahan. Menurut (Adhityahadi, 2015) masalah yang dihadapi Gojek terkait dengan pelayanan. Pemesanan berbasis *online* ini yang hanya terbatas bagi para pengguna *smartphone* android, sehingga pelanggannya hanya terbatas untuk kalangan tertentu saja. Buruknya pelayanan pengemudi Gojek mendapatkan *review* buruk dari penumpang. *Review* yang buruk tentu bisa menyebabkan pengemudi kehilangan pekerjaan mereka sebagai seorang pengemudi Gojek.

Selain itu, apabila dicermati ada banyak hal yang harus dibenahi dalam layanan Gojek yang ada saat ini khususnya masalah keselamatan dan harga layanan. Terkait dengan keselamatan ternyata perusahaan Gojek tidak menyediakan jas hujan untuk para penumpang. Sementara itu, terkait dengan

masalah harga ternyata tarif minimum untuk Gojek adalah 12.000 rupiah, sedangkan untuk Uber Motor 10.000 rupiah di luar jam sibuk. Perbandingan tarif ini menunjukkan bahwa Uber Motor lebih murah dibandingkan dengan Gojek (Nistanto dalam Kompas Edisi, 13 April 2016). Pelayanan yang tidak sesuai standar ini menyebabkan citra Gojek menjadi negatif di mata pelanggan. Selain itu, apabila hal ini dibiarkan terus menerus artinya pengemudi Gojek tidak bekerja sesuai standar yang ditetapkan, maka akan menyebabkan pelanggan menjadi tidak puas.

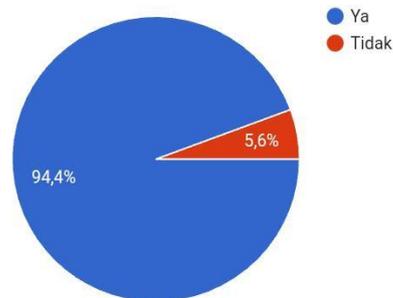


Gambar 1.2
Hasil Pra-Survei Pengguna Transportasi *Online* Gojek dalam 6 Bulan
Terakhir pada Mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon

Sumber Data: Pra-Survei, 2023

Berdasarkan pra-survei dari 124 responden pada Mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon menunjukkan bahwa 71,8% atau 89 orang yang pernah menggunakan transportasi *online* Gojek dalam 6 bulan terakhir dan 28,2% atau 35 orang tidak pernah menggunakan transportasi *online* Gojek atau menggunakan transportasi *online* ojek lainnya seperti Grab, Maxim, InDrive dan lainnya. Terdapat perbedaan alasan mengapa mereka menggunakan transportasi *online* Gojek tersebut karena kepuasan/kenyamanan dengan harga dan kualitas pelayanannya. Sedangkan yang tidak pernah atau menggunakan transportasi *online* ojek lainnya karena kurang memuaskan/tidak nyaman dengan harga dan kualitas pelayanannya tersebut. Dipilihnya Mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon sebagai objek karena ingin mengetahui siapa saja yang pernah menggunakan transportasi *online* Gojek dan sekarang banyak

persaingan transportasi *online* lainnya yang semakin kompetitif maka banyak mahasiswa yang beralih menggunakan transportasi ojek *online* lainnya.



Gambar 1.3
Hasil Pra-Survei Pengaruh Harga Transportasi *Online* Gojek pada Mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon
Sumber Data: Pra-Survei, 2023

Berdasarkan hasil pra-survei dari 124 responden pada Mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon menunjukkan sebagian besar 94,4% atau 117 orang bahwa harga dapat mempengaruhi untuk menggunakan transportasi *online* Gojek, sedangkan sebanyak 5,6% atau 7 orang bahwa harga tidak mempengaruhi untuk menggunakan transportasi *online* Gojek.



Gambar 1.4
Hasil Pra-Survei Pengaruh Kualitas Pelayanan Transportasi Online Gojek pada Mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon
Sumber Data: Pra-Survei, 2023

Berdasarkan hasil pra-survei dari 124 responden pada Mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon menunjukkan sebagian besar 93,5% atau 116 orang bahwa kualitas pelayanan dapat mempengaruhi untuk menggunakan transportasi *online* Gojek, sedangkan sebanyak 6,5% atau 8 orang bahwa

kualitas pelayanan tidak mempengaruhi untuk menggunakan transportasi *online* Gojek.

Dilihat dari beberapa fenomena serta teori-teori dan penelitian sebelumnya, maka dapat diketahui bahwa terdapat banyak faktor untuk kepuasan pelanggan pengguna transportasi *online* Gojek. Hal ini membuat peneliti tertarik untuk meneliti faktornya, yaitu harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna transportasi *online* Gojek, tentunya harus dilakukan dengan teliti dan cermat bertujuan agar dapat persepsi terhadap kepuasan penggunaan transportasi *online* Gojek. Oleh karena itu, maka penulis ingin melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PENGGUNA TRANSPORTASI *ONLINE* GOJEK PADA MAHASISWA IAIN SYEKH NURJATI CIREBON”**.

B. Perumusan Masalah

1. Identifikasi Masalah

a. Wilayah Kajian

Penelitian ini mengkaji tentang pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna transportasi *online* Gojek pada Mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon. Wilayah kajian penelitian ini adalah Ekonomi digital/Ekonomi digital dan perilaku ekonomi masyarakat dengan ekonomi digital dan transaksi ekonomi.

b. Jenis Masalah

Jenis masalah pada penelitian ini adalah masih belum diketahuinya apakah ada pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna transportasi *online* Gojek pada Mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

2. Pembatasan Masalah

Untuk menghindari pembahasan masalah yang terlalu luas dalam penelitian, maka penulis menetapkan masalah dengan ruang lingkup yang lebih sempit yaitu memfokuskan pada pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna transportasi *online* Gojek pada Mahasiswa S1 IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka permasalahan pokok dalam penelitian ini sebagai berikut:

- a. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna transportasi *online* Gojek pada Mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon?
- b. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna transportasi *online* Gojek pada Mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon?
- c. Apakah harga dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pengguna transportasi *online* Gojek pada Mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada maka tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pengguna transportasi *online* Gojek pada Mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna transportasi *online* Gojek pada Mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna transportasi *online* Gojek pada Mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

D. Manfaat Penelitian

Dengan melakukan penelitian ini dapat memberikan manfaat yaitu antara lain:

1. Bagi Penulis

Penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan pemahaman penulis mengenai pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna transportasi *online* Gojek. Serta sebagai implementasi atas teori yang telah di dapat dan menambah wawasan akan dunia bisnis.

2. Bagi Mahasiswa dan Pembaca

Sebagai sumber informasi dan referensi yang dapat digunakan sebagai sumber dalam melakukan penelitian serta sebagai bahan bacaan untuk menambah pengetahuan yang lebih luas mengenai harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna transportasi *online* Gojek pada Mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

3. Bagi Lembaga

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai salah satu bahan pertimbangan dalam menciptakan karya-karya ilmiah bagi seluruh civitas akademika di IAIN Syekh Nurjati Cirebon maupun pihak-pihak yang membutuhkan.

E. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah dalam penyusunan dan memahami terhadap penelitian ini penulis menguraikan sistematika penulisan menjadi dalam beberapa bab Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini memuat uraian tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : KAJIAN TEORI

Bab ini memuat tentang landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini memuat tentang waktu dan tempat penelitian, pendekatan dan jenis penelitian, populasi dan sampel, sumber data, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel penelitian dan teknik analisis data.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Bab ini memuat tentang gambaran umum objek penelitian, deskripsi data penelitian, analisis data dan pembahasan hasil dari penelitian.

BAB V : PENUTUP

Bab ini memuat tentang kesimpulan dari hasil penelitian dan saran.