

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kemacetan memang telah menjadi masalah yang semakin mengkhawatirkan di Ibu Kota. Berbagai upaya telah dilakukan pemerintah untuk mengatasi kemacetan tetapi belum dapat mengatasi kemacetan yang ada. Dengan segudang aktivitas dan mobilitas tinggi yang ada pada masyarakat ibu kota jelas kemacetan merupakan sebuah kendala besar yang harus diatasi. Jumlah pertumbuhan kendaraan dari tahun ke tahun yang semakin meningkat membuat kemacetan semakin menjadi-jadi.

Pertumbuhan kendaraan bermotor di Kota Makassar, Sulawesi Selatan, sangat signifikan dalam satu dekade terakhir. Dilansir dari laman www.wartaekonomi.co.id, Samsat Makassar mencatat jumlah kendaraan bermotor terhitung Juni 2017 menembus 1.463.056 unit. Kenaikannya lebih dari 100 persen dibandingkan data pada 2007 yang hanya 613.315 kendaraan bermotor. Jumlah kendaraan yang beroperasi di Makassar juga tidak bisa sepenuhnya berpatokan pada data Samsat.

Kemungkinan jumlah kendaraan yang lalu-lalang bahkan melebihi 1,46 juta unit. Musababnya, banyak kendaraan bermotor di Makassar yang berasal dari kabupaten/kota bahkan provinsi lain dan Makassar merupakan pusat aktivitas di Sulsel, banyak kendaraan dari luar daerah yang lalu-lalang.

Sayangnya, hal tersebut tidak dibarengi pertumbuhan jalan. Imbasnya, kemacetan terjadi di mana-mana mulai dari jalan besar hingga lorong. Transportasi umum seperti pete-pete dan lainnya pun belum bisa memberi solusi untuk memadai kebutuhan masyarakat akan transportasi yang mendukung padatnya aktivitas dan kegiatan di Ibu Kota ini.

Dengan demikian transportasi yang cepat menjadi sebuah urgensi karena masalah kemacetan belum menemukan titik temunya, sedangkan orang-orang banyak menuntut kegiatan yang harus dilakukan dengan waktu yang singkat. Peluang itulah yang dilihat Nadiem Makarim untuk mendirikan Go-Jek. Perusahaan transportasi ojek yang memberikan sentuhan aman dan nyaman.

Awalnya Nadiem pun adalah pengguna jasa ojek. Dari obrolannya dengan tukang ojek langganannya, ia mengetahui bahwa sebagian besar waktu tukang ojek justru dihabiskan untuk menunggu penumpang dan menunggu giliran dengan tukang ojek lainnya. Di sisi lain pun ia menyadari bahwa ojek selama ini belum memberikan kenyamanan dan keamanan bagi penggunanya.

Maka dari itulah, ia bersama teman-temannya mendirikan Go-Jek pada tahun 2011. Perusahaan ini yang dulunya hanya menaungi para pengojek di berbagai wilayah di Jakarta dan akhirnya berkembang menaungi para pengojek di berbagai wilayah di Indonesia salah satunya Makassar.

Nadiem memadukan teknologi di usahanya dimana pelanggan bisa menggunakan aplikasi di smartphome untuk menggunakan layanan Go-Jek. Selain itu ojeknya pun dilengkapi dengan GPS sehingga posisi ojek bisa dipantau melalui smartphome. Tarifnya pun bisa terukur dari seberapa jauh jarak yang ditempuh. Selain memadukan teknologi, perusahaan Go-jek pun telah berinovasi.

Kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan (Tjiptono,2006:59). Modernitas dengan kemajuan teknologi akan mengakibatkan persaingan yang sangat ketat untuk memperoleh dan mempertahankan pelanggan.

Kualitas layanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan supaya mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan. Karena jika ingin berkembang dan terus bertahan harus dapat memberikan kepada para pelanggannya pelayanan yang bermutu lebih baik, harga bersaing, penyerahan lebih cepat, dan pelayanan yang lebih baik daripada pesaing.

Menurut Ratminto dan Atik, tolak ukur keberhasilan pelayanan ditentukan oleh tingkat kepuasan penerima layanan. Sedangkan tingkat kepuasan penerima layanan ini akan dapat diperoleh apabila seorang penerima layanan tersebut mendapatkan jenis pelayanan sesuai dengan yang mereka harapkan dan butuhkan. Dengan demikian maka kebutuhan

penerima layanan harus sebisa mungkin dipenuhi agar diperoleh kepuasan.

Kualitas pelayanan merupakan suatu pernyataan tentang sikap, hubungan yang dihasilkan dari perbandingan antara ekspektasi (harapan) dengan kinerja (hasil) (Usmara,2003:231). Dengan kata lain, ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa, yaitu: *expected service* dan *perceived service* atau kualitas yang diharapkan dan kualitas yang diterima atau dirasakan.

Apabila yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika yang diterima atau dirasakan melampaui harapan pelanggan, maka kualitas dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika kualitas yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang buruk. Dengan demikian baik tidaknya kualitas pelayanan jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten.

Terkait dengan kualitas pelayanan, sektor pelayanan jasa transportasi online yang baru muncul pada tahun 2011 yaitu GO-JEK merupakan hal yang sangat menarik untuk diamati. Dari pertama kali didirikannya hingga sekarang telah peningkatan armada yang cukup besar dan akan terus meningkat dengan inovasi-inovasi baru.

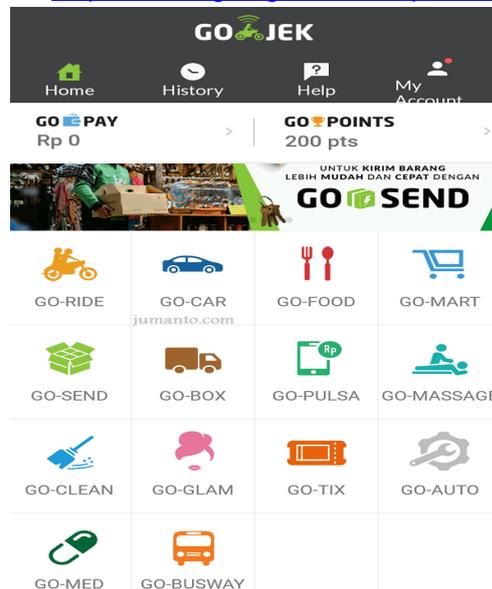
Pada awal berdirinya Go-Jek merupakan perusahaan yang hanya mengandalkan penjemputan konsumen melalui call center, sedangkan

sekarang ini berkembang menjadi beberapa jenis layanan yaitu transportasi menggunakan layanan mobil pribadi (*Go-Car*), layanan pengantaran makanan (*Go-Food*), layanan pengantaran barang (*Go-Send*), layanan berbelanja tanpa harus keluar rumah (*Go-Mart*) serta beberapa layanan lainnya yang masih dalam tahap uji coba.

Gambar 1

Aplikasi Gojek

Sumber: <http://www.google.co.id/aplikasi-gojek>



Dari data sejak awal berdirinya memperlihatkan bahwa adanya kenaikan yang begitu pesat dari armada Go-Jek ini. Hal ini tentu saja karena perusahaan GO-JEK mampu untuk mengeluarkan inovasi dan terobosan baru mengenai apa yang dibutuhkan konsumen. Kualitas pelayanan yang baik tentunya menjadi kunci utama perusahaan GO-JEK ini agar dapat memenuhi kepuasan para pelanggannya.

Tidak bisa dipungkiri dengan munculnya layanan gojek seperti sekarang ini maka tentu saja akan muncul layanan lain yang akan menjadi pesaing bagi gojek itu sendiri. Sebut saja GRAB BIKE yang merupakan pengembangan dari GRAB TAXI, dihadirkan untuk menyaingi GO-JEK.

Pada dasarnya sama yaitu pemesanan transportasi ojek dengan berbasis aplikasi online tapi berbeda pada hal yang ditawarkan sesuai dengan strategi perusahaan masing-masing. Hal ini mendorong perusahaan untuk berinovasi serta meningkatkan kualitas pelayanan kepada para konsumen untuk memenuhi kebutuhan, keinginan serta kepuasan pelanggan.

Karena pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya: hubungan antara perusahaan dan konsumen menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian/pemakaian ulang dan terciptanya loyalitas konsumen dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan perusahaan.

Persaingan antara dua pelaku bisnis online yaitu GO-JEK dan GRAB BIKE begitu jelas kita saksikan bersama-sama, sehingga perusahaan dituntut untuk lebih kreatif dan inovatif dalam memberikan pelayanan kepada konsumennya. Kualitas pelayanan yang baik dan optimal

merupakan tujuan dari tiap perusahaan guna menarik dan mempertahankan konsumennya.

Hal ini sangat nyata dirasakan konsumen, misalnya layanan yang diberikan tiap perusahaan, fasilitas yang diberikan kepada konsumen, tarif yang diberikan dan perang promosi harga yang nyata di mata konsumen. Untuk mempertahankan eksistensi perusahaan perlu dilakukan berbagai macam strategi. Salah satunya meningkatkan kualitas pelayanan untuk menciptakan kepuasan pelanggan perusahaan tersebut.

Menurut Parasuraman et al.,(Zeithaml dan Bitner,1996:118) ada lima dimensi atau unsur kualitas pelayanan yaitu: *tangibles* (bukti fisik), *reliability* (kepercayaan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan) dan *emphaty* (empati). Kelima dimensi ini dibuat untuk mengukur kualitas pelayanan dengan menggunakan suatu kuesioner. Teknik servqual ini dapat mengetahui seberapa besar jarak harapan pelanggan dengan ekspektasi pelanggan terhadap pelayanan yang diterima.

Terkait dengan fenomena GO-JEK yang telah penulis uraikan di atas, maka dari itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN LAYANAN ANGKUTAN UMUM BERBASIS ONLINE (GO-JEK) TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian serta penjelasan yang telah dikemukakan pada latar belakang maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah dimensi kualitas pelayananan bukti fisik (*tangibles*) berpengaruh dalam penggunaan layanan angkutan umum berbasis *online* (Go-Jek) terhadap kepuasan pelanggan?
2. Apakah dimensi kualitas pelayananan keandalan (*reliability*) berpengaruh dalam penggunaan layanan angkutan umum berbasis *online* (Go-Jek) terhadap kepuasan pelanggan?
3. Apakah dimensi kualitas pelayananan bukti daya tanggap (*responsiveness*) berpengaruh dalam penggunaan layanan angkutan umum berbasis *online* (Go-Jek) terhadap kepuasan pelanggan?
4. Apakah dimensi kualitas pelayananan jaminan (*assurance*) berpengaruh dalam penggunaan layanan angkutan umum berbasis *online* (Go-Jek) terhadap kepuasan pelanggan?
5. Apakah dimensi kualitas pelayananan empatu (*empathy*) berpengaruh dalam penggunaan layanan angkutan umum berbasis *online* (Go-Jek) terhadap kepuasan pelanggan?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh dimensi kualitas layanan bukti fisik (*tangibles*) dalam penggunaan layanan angkutan umum berbasis *online* (Go-Jek) terhadap kepuasan pelanggan.

2. Untuk mengetahui pengaruh dimensi kualitas layanan keandalan (*reliability*) dalam penggunaan layanan angkutan umum berbasis *online* (Go-Jek) terhadap kepuasan pelanggan.
3. Untuk mengetahui pengaruh dimensi kualitas layanan daya tanggap (*respnsiveness*) dalam penggunaan layanan angkutan umum berbasis *online* (Go-Jek) terhadap kepuasan pelanggan.
4. Untuk mengetahui pengaruh dimensi kualitas layanan jaminan (*assurance*) dalam penggunaan layanan angkutan umum berbasis *online* (Go-Jek) terhadap kepuasan pelanggan.
5. Untuk mengetahui pengaruh dimensi kualitas layanan empati (*empathy*) dalam penggunaan layanan angkutan umum berbasis *online* (Go-Jek) terhadap kepuasan pelanggan.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini yaitu:

1. Bagi perusahaan

Dapat memberikan gambaran dan informasi yang berguna bagi perusahaan dalam melakukan kebijakan dan strategi pemasaran yang berkaitan dengan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

2. Bagi Peneliti lain

Sebagai bahan referensi dan informasi bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut terutama yang berhubungan dengan kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen.