

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan pesat dari teknologi informasi berperan sangat besar dalam bermunculannya berbagai usaha baru di berbagai negara (termasuk Indonesia). Salah satu dari usaha baru tersebut adalah penyediaan layanan transportasi berbasis *online* yang menawarkan jasa pengantaran melalui suatu aplikasi dimana konsumen dapat melakukan pemesanan terhadap layanan pengantaran tersebut melalui suatu aplikasi yang dapat diperoleh oleh konsumen di *playstore*. Kehadiran layanan transportasi berbasis *online* telah menjawab kekhawatiran masyarakat atas permasalahan kemacetan dan keamanan suatu transportasi umum (Chan, 2017).

PT Gojek Indonesia (“GoJek”) menyediakan layanan transportasi berbasis online berupa: (a) GoRide, yaitu layanan transportasi *online* menggunakan motor dan (b) GoCar, yaitu layanan transportasi *online* menggunakan mobil. Layanan-layanan tersebut dapat dipesan di mana saja dan kapan pun melalui aplikasi Gojek. Nadiem Makarim, seorang Warga Negara Indonesia (WNI) yang menempuh pendidikan di *Harvard Business School*, adalah pendiri GoJek dimana ide pendirian GoJek tersebut timbul dari pengalamannya dalam menggunakan layanan ojek secara rutin ke tempat kerjanya.

Perjalanan GoJek bermula pada tahun 2010 dengan pelayanan ojek melalui *call center* sebagai layanan pertama GoJek. Sejak diluncurkannya aplikasi GoSend, GoMart dan GoRide oleh GoJek pada tahun 2015, GoJek

terus berkembang menjadi perusahaan teknologi informasi yang diakui di Asia Tenggara. Melalui aplikasi GoJek, konsumen bisa mengakses 16 layanan seperti pembelian tiket bioskop dan berbagai acara, pengiriman barang, pembayaran, pesan antar makanan, transportasi, belanja dan lainnya.

Namun demikian, penelitian ini hanya terbatas membahas layanan GoJek berupa transportasi berbasis *online*, yaitu GoRide dan GoCar. Pada saat ini, GoJek telah berhasil untuk mengoperasikan usahanya di 50 kota di Indonesia.

Pada era globalisasi ini, keterbukaan pasar telah menyebabkan timbulnya berbagai produk (termasuk pelayanan transportasi berbasis *online*) yang membawa implikasi pada semakin ketatnya persaingan antara perusahaan. Dalam rangka mempertahankan eksistensi suatu perusahaan dalam persaingan tersebut, maka perusahaan-perusahaan (termasuk GoJek) dituntut untuk dapat memenuhi kepuasan konsumennya. Pemenuhan kepuasan konsumen oleh perusahaan dapat menimbulkan potensi pembelian kembali atas produk barang atau jasa oleh konsumen.

Kepuasan konsumen adalah perbandingan antara layanan nyata yang diberikan oleh suatu perusahaan kepada konsumen dengan harapan dari konsumen dimana hasil dari perbandingan tersebut akan menimbulkan perasaan senang atau kecewa dari konsumen sebagai akibat dari konsumsi layanan tersebut (Kotler & Keller, 2012). Apabila konsumen puas atas layanan yang diberikan oleh perusahaan, maka terdapat kemungkinan yang lebih besar bagi konsumen untuk mengkonsumsi ulang atau mengajak relasinya untuk menggunakan layanan tersebut. Meningat pentingnya kepuasan konsumen tersebut, maka perusahaan perlu untuk menerapkan suatu

strategi yang tepat untuk meningkatkan kepuasan konsumen dalam rangka untuk mempertahankan usahanya dalam persaingan pasar yang begitu ketat (Tjiptono, 2004).

Menurut Umami, Rizal, dan Sumartik (2019), kepuasan konsumen dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain kualitas pelayanan, harga, dan kepercayaan. Selanjutnya, Tjiptono (2001) berpendapat bahwa “kualitas pelayanan” merupakan kemampuan perusahaan yang dikehendaki oleh konsumen dan kontrol atas perusahaan untuk mempertahankan kemampuannya tersebut.

Selanjutnya, Kotler (2008) berpendapat bahwa harga dibebankan kepada konsumen sebagai penggantian atas manfaat yang didapat konsumen dalam menikmati hasil suatu layanan. Harga digunakan oleh pelaku usaha untuk menciptakan keunggulan kompetitif pelaku usaha tersebut. Dalam menetapkan suatu harga, perusahaan harus melihat persaingan antar perusahaan sejenis dan situasi lingkungan serta dan perubahan *demand* konsumen.

Kepercayaan konsumen diartikan sebagai kondisi dimana suatu pihak bersedia untuk terkena akibat yang tak terduga dan didasarkan atas keuntungan yang diharapkannya dari pihak lain tersebut (Singh & Sirdeshmukh, 2000).

Penulis merujuk pada analisa-analisa yang telah dilakukan sebelum dilakukannya penelitian ini sebagaimana dapat diuraikan di bawah ini:

- a. penelitian Lumintang Intan Sintya (2018) mengenai pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi

GoJek *Online* pada Mahasiswa A Feb Unsrat Manado dimana hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa:

i. kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh harga dan kualitas pelayanan secara simultan dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000;

ii. kepuasan pelanggan dipengaruhi secara signifikan oleh harga dengan tingkat signifikansi sebesar 0,005; dan

iii. kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dengan tingkat signifikansi sebesar 0,001.

b. penelitian Immanuel Mega Christyananda (2019) mengenai pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan promosi terhadap kepuasan pelanggan GoJek *Online* dimana hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa:

i. kepuasan pelanggan Gojek *online* dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dengan nilai t hitung sebesar 3,613, nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  dan koefisien regresi sebesar 1,149;

ii. kepuasan pelanggan Gojek *Online* dipengaruhi oleh harga dengan nilai t hitung sebesar 5,883, nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  dan koefisien regresi sebesar 0,641; dan

iii. kepuasan pelanggan Gojek *online* dipengaruhi secara bersamaan oleh kualitas pelayanan harga, dan promosi dengan f hitung sebesar 13,409 dengan signifikansi  $0,000 < 0,05$ .

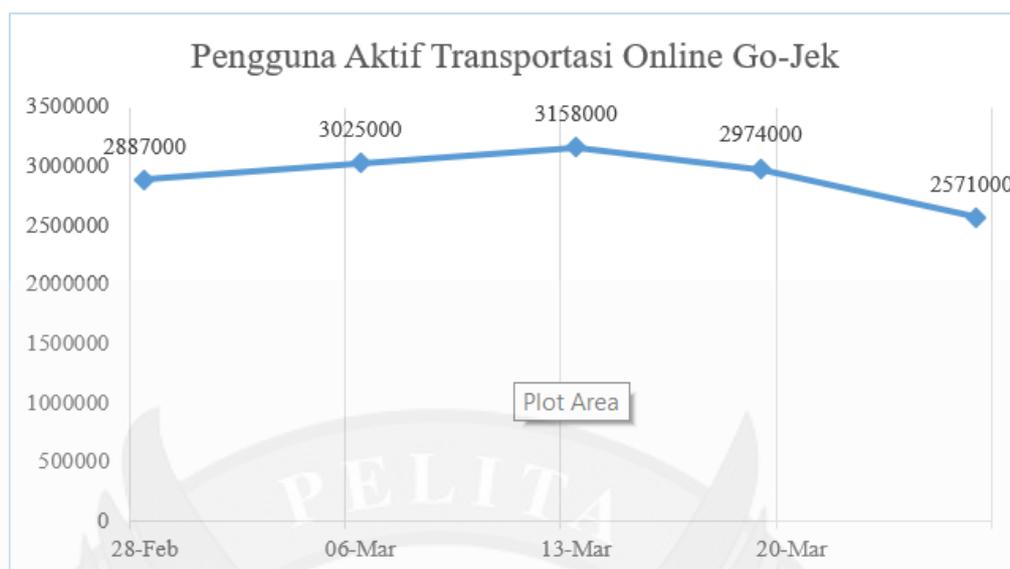
c. Penelitian Lestari (2020) mengenai pengaruh kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap niat untuk menggunakan kembali layanan

transportasi *online* di era pandemi Covid-19 dimana hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa:

- i. niat menggunakan ulang layanan transportasi *online* dipengaruhi oleh kepercayaan dengan nilai t hitung sebesar 2,216 dan nilai signifikansi  $0,032 < 0,05$ ;
- ii. niat menggunakan ulang layanan transportasi *online* tidak secara signifikan dipengaruhi oleh kepuasan pelanggan dengan nilai t hitung sebesar 0,768; nilai signifikansi  $0,446 < 0,05$ ; dan
- iii. niat menggunakan ulang layanan transportasi *online* dipengaruhi secara signifikan dan simultan oleh kepercayaan dan kepuasan pelanggan dengan f hitung sebesar 3,674 dengan signifikansi  $0,033 < 0,05$ .

Permasalahan serius yang saat ini sedang dihadapi oleh perekonomian global adalah masalah penyebaran corona virus (“**COVID-19**”) yang sangat cepat dan telah tersebar di berbagai negara (termasuk Indonesia). Penyebaran COVID-19 memiliki dampak signifikan terhadap kestabilan perekonomian. Dengan kata lain, COVID-19 merupakan pandemi global yang harus diselesaikan oleh negara-negara secara tuntas agar dapat menghidupkan kembali perekonomian global.

Layanan transportasi berbasis *online* adalah salah satu jenis kegiatan usaha yang menerima dampak negatif dari penyebaran COVID-19. Dalam hal ini, Penulis mencatat bahwa terdapat penurunan pengguna aktif layanan transportasi berbasis *online* Go-Jek pada bulan Maret 2020 yang ditunjukkan dalam data berikut:



**Grafik 1.1 Pengguna Aktif Transportasi Online Go-Jek**  
(Sumber lokaldata.id, diakses pada 18 November 2020)

Grafik 1.1. yang dipaparkan di atas menunjukkan bahwa terdapat penurunan penggunaan layanan transportasi berbasis *online* Go-Jek sekitar 14% sampai dengan 16% yang dimulai dari tanggal 13 Maret 2020 dengan pengguna GoJek sebanyak 3.158.000 orang kemudian pada tanggal 26 Maret 2020 turun menjadi 2.571.000 orang. Penurunan jumlah pengguna layanan transportasi berbasis *online* GoJek tentunya akan mengakibatkan penurunan jumlah pendapatan baik GoJek maupun mitra supir GoJek.

Dalam era *digital* saat ini seharusnya terdapat peningkatan penggunaan segala bentuk pelayanan melalui sistem *online* (termasuk jasa transportasi *online*). Namun demikian, data yang disebutkan di atas menunjukkan hal yang berbeda dimana terdapat penurunan penggunaan layanan transportasi berbasis *online* Go-Jek. Pandemi COVID-19 telah mengubah pola interaksi dan gaya hidup baru dari manusia dimana keamanan atas ancaman penularan COVID-19 akan berdampak pada konsumsi layanan transportasi baik

transportasi secara umum maupun *online*. Selain itu, website Kementerian Ketenagakerjaan menunjukkan bahwa penyebaran COVID-19 telah mengakibatkan pemutusan hubungan kerja dan perumahan karyawan sebanyak 3,06 juta orang per tanggal 27 Mei 2020 (CNN Indonesia, 2020).

Kondisi COVID-19 yang disebutkan di atas berdampak pada perubahan pandangan konsumen atas kepuasan layanan transportasi *online* yang dipengaruhi oleh:

- a. kualitas pelayanan dimana konsumen GoRide/GoCar memprioritaskan perusahaan jasa transportasi *online* yang dapat memberikan kualitas pelayanan yang prima dalam mencegah penularan COVID-19;
- b. harga dimana konsumen GoRide/GoCar memprioritaskan harga murah atas layanan jasa transportasi *online* mengingat tingginya tingkat pemutusan hubungan kerja dan penurunan upah sebagai akibat dari COVID-19; dan
- c. kepercayaan dimana konsumen GoRide/GoCar hanya akan menggunakan layanan transportasi *online* yang dipercaya dapat menghindari konsumen tersebut untuk terpapar COVID-19.

Dengan demikian, Penulis menyusun penelitian ini berjudul “**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PT GOJEK INDONESIA YANG BEKERJA DI WILAYAH DKI JAKARTA DI ERA PANDEMI COVID-19**”.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berikut adalah rumusan masalah / pertanyaan yang diteliti Penulis:

1. apakah terdapat pengaruh positif dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen GoRide/GoCar di era pandemi COVID-19?
2. apakah terdapat pengaruh positif dari harga terhadap kepuasan konsumen GoRide/GoCar di era pandemi COVID-19?
3. apakah terdapat pengaruh positif dari kepercayaan terhadap kepuasan konsumen GoRide/GoCar di era pandemi COVID-19?
4. apakah terdapat pengaruh positif dari kualitas pelayanan, harga, dan kepercayaan secara simultan terhadap kepuasan konsumen GoRide/GoCar di era pandemi COVID-19?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui:

1. pengaruh positif dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen GoRide/GoCar di era pandemi COVID-19.
2. pengaruh positif dari harga terhadap kepuasan konsumen GoRide/GoCar di era pandemi COVID-19.
3. pengaruh positif dari kepercayaan terhadap kepuasan konsumen GoRide/GoCar di era pandemi COVID-19.
4. pengaruh positif dari kualitas pelayanan, harga dan kepercayaan secara simultan terhadap kepuasan konsumen GoRide/GoCar di era pandemi COVID-19.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Manfaat untuk institusi

Menyumbangkan data kepada perusahaan terkait mengenai pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen yang dapat dijadikan acuan bagi perusahaan tersebut untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

2. Manfaat untuk akademis dan keilmuan

Menyampaikan informasi terkait dengan pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen yang dapat menjadi acuan untuk pihak akademis dan keilmuan yang bermaksud untuk melakukan penelitian lanjutan.

