

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Perkembangan dunia teknologi saat ini terbilang sangat pesat. Salah satunya di bidang transportasi. Meskipun sudah sejak lama kita mengenal adanya motor dan mobil; baik yang digunakan sebagai kendaraan umum atau pribadi, namun selalu ada perkembangan baru di dalamnya. Perkembangan teknologi di bidang transportasi selain kemajuan spesifikasi dari alat transportasi tersebut, juga meliputi kemajuan dalam cara kita mengakses penggunaannya di kehidupan sehari-hari, khususnya untuk transportasi umum.

Laman website GOJEK menuliskan bahwa pada tahun 2010 mereka muncul sebagai penyedia jasa transportasi motor berbasis *online* pertama di Indonesia. Layanan GOJEK motor ini disebut dengan istilah *Go-Ride*. Saat itu GOJEK baru bisa diakses melalui *call center* (gojek.com). Pada tahun 2015 GOJEK menjadi *booming* karena lebih mudah diakses oleh pengguna *smartphone* melalui aplikasinya yang *launching* di ponsel berbasis *Android* dan *iOS* (Kristo, 2017). Setelah itu mulai bermunculan penyedia jasa transportasi lainnya yang diminati oleh para pengguna transportasi umum. GOJEK juga memperluas layanannya dengan menyediakan *Go-CAR*, *Go-Food* dan masih banyak lagi layanan *online* lainnya.

Surono (Intisari *Online*, 2017) menuliskan bahwa Pusakom (pusat kajian komunikasi) Universitas Indonesia melakukan survei studi kasus terhadap GOJEK. Survei ini dilakukan dengan membagikan kuesioner yang dikirim secara acak pada 6-11 April 2017 kepada mitra *Go-Ride* sebanyak 3.212 orang dan mitra *Go-Car* 2.801 orang. Berdasarkan survei ini kebanyakan mitra pengemudi GOJEK adalah laki-laki yaitu *Go-Ride* 99 persen, *Go-Car* 98 persen.

Menindaklanjuti survei tersebut, Pusat Kajian Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia melakukan penelitian tentang “Aplikasi *On Demand* Untuk Transportasi Daring” dengan subjek pelanggan yang aktif selama tiga bulan terakhir (Surono dalam Intisari *Online*, 2017). Konsumen wanita pengguna aplikasi *on demand* berjumlah 69 persen dari total peserta survei 4.048 orang, sedangkan laki-laki di angka 31 persen. Pengelompokan data berdasarkan usia (Haryanto dalam Detikinet, 2017), secara keseluruhan pengguna GOJEK paling tinggi berumur sekitar 20 tahunan dengan persentase 56%, di urutan kedua umur 30 tahun sebesar 28%, sedangkan umur kurang dari 20 tahun dan kalangan 40 tahun sama-sama memiliki persentase 7%. Berdasarkan tingkat pendidikan pengguna, 54% merupakan lulusan S1, SMA 18%, D1-D3 12%, S2 7%, sedangkan sisanya berlatang belakang pendidikan SD sampai SMA sederajat.

Dari penelitian tersebut muncul fakta bahwa perempuan adalah pengguna terbanyak ojek daring ini (Surono dalam Intisari *Online*, 2017). Melalui beberapa perbincangan dengan *driver* GOJEK, penulis juga mendapat informasi yang sejalan dengan penelitian tersebut, bahwa konsumen yang paling sering ditemui adalah wanita. Peneliti utama Pusakom UI, Alfindra Primaldhi, saat pemaparan

hasil survei mereka mengatakan, aman dan nyaman merupakan alasan konsumen memilih menggunakan ojek daring. Menurut data Puskakom UI, para konsumen merasa aman 95% dan nyaman 98% ketika menggunakan transportasi berbasis *online*, antara lain karena mengetahui identitas pengemudi dan rute terlacak.

Lembaga Perlindungan Konsumen Masyarakat dan Komunitas Konsumen Indonesia (KKI) merilis hasil survei moda transportasi pilihan masyarakat pada tahun 2019. Hasilnya menyatakan ada empat moda transportasi yang menjadi pilihan konsumen karena dianggap memenuhi empat faktor penting, yakni keamanan, keselamatan, kenyamanan dan keterjangkauan. Empat moda transportasi tersebut adalah ojek *online*, taksi *online*, bus trans dan KRL. David Tobing, Ketua Komunitas Konsumen Indonesia dalam siaran pers mengatakan “dari hasil survei yang kami lakukan, 99,7% responden mengaku pernah atau bahkan sering menggunakan jasa transportasi *online*” (Dewi dalam kontan.co.id, 2019).

Dari keempat faktor penting yang diperhitungkan pelanggan dalam pemilihan jasa transportasi, menurut penulis faktor keamanan dan keselamatan adalah faktor utama yang menentukan preferensi pelanggan dalam memilih moda transportasi yang akan digunakan. (Dewi dalam kontan.co.id, 2019) menurut David Tobing selaku Ketua Komunitas Konsumen Indonesia, jika mengacu pada hal itu, GOJEK lebih aman di kategori transportasi *online*. Sementara, KRL lebih aman di kategori transportasi konvensional. Diantara pengguna ojek *online*, survei menunjukkan layanan Go-Ride dari GOJEK dinilai lebih aman 56% dibandingkan kompetitornya. (Indotelko.com, 2019) Ada sejumlah faktor yang mendukung

preferensi konsumen untuk lebih memilih GOJEK yaitu survei menunjukkan layanan Go-Ride dari GOJEK dinilai lebih aman (56%), lebih dapat diandalkan (55%), lebih ramah (53%) dan lebih nyaman serta bersih (53%) saat dibandingkan dengan kompetitornya.

Dari beberapa survei diatas dapat disimpulkan bahwa bila dilihat sisi *gender*, wanita adalah yang paling banyak menggunakan transportasi online. Kemudian faktor keamanan, keselamatan dan kenyamanan adalah faktor yang menjadi acuan pelanggan wanita dalam memilih transportasi yang akan digunakan. Pada saat yang sama, bila ditelaah berdasarkan resiko keamanan, konsumen perempuan lebih rentan mengalami berbagai tindak kekerasan dan pelecehan serta mengalami kecelakaan atau bahkan kematian. (Indotelko.com, 2019) Eksposur tertinggi terhadap resiko keamanan yang dialami konsumen perempuan adalah resiko kecelakaan, yaitu sebanyak 4,8% pada pelanggan GOJEK jika dibandingkan dengan kompetitornya.

Contoh kasus yang mendukung diantaranya, seorang penumpang ojek *online* meninggal dunia karena terlindas truk di Jalan Raya Letjen S Parman, Tomang, Jakarta Barat pada 10 Januari 2020. Jenazah penumpang berjenis kelamin perempuan ini, dari hasil olah tempat kejadian perkara, dinyatakan meninggal karena mengalami luka di bagian perut akibat terlindas sebuah truk. Korban disebut sempat masuk ke kolong truk dan terlindas bagian ban belakang truk. Peristiwa diduga karena pengemudi ojek online yang mencoba menghindari sebuah lubang, namun sang pengemudi kehilangan keseimbangan dan terjatuh. Pengemudi ojek online yang tidak berhati-hati saat menyalip truk tronton diduga

menjadi penyebab kecelakaan yang terjadi. Akibatnya satu penumpang ojek *online* berinisial IJ, berusia 36 tahun, tewas di tempat (Super dalam KompasTV, 2020).

Kasus lain adalah pelecehan seksual yang dilakukan seorang *driver* ojek *online* di Kabupaten Jombang, Jawa Timur. *Driver* memperkosa penumpangnya yang diketahui masih duduk di bangku SMP. Bermula saat korban memesan ojek *online* untuk pulang ke rumahnya. Pelaku yang menjemput merasa tergiur dengan kemolekan tubuh korban dan membawa korban ke rumah kakaknya. Korban disekap dalam sebuah kamar serta dipaksa melakukan hubungan seksual. Korban berhasil diam-diam mengabari dan meminta bantuan keluarganya via *Whatsapp*, sehingga korban bisa ditemukan dan pelaku ditangkap (Bagus dalam iNewsJatim.id, 2019).

Dalam wawancara singkat dengan dua orang teman wanita, penulis menanyakan apakah penting adanya rasa aman pada saat menaiki GOJEK. Subjek A mengatakan bahwa:

“Penting banget. Karena kita perempuan rasanya lebih gampang dilukai, dan driver juga kebanyakan laki-laki. Misal kalau drivernya dari awal sopan ngomongnya, kita seengaknya jadi gak was-was selama dijalan.”
(Wawancara subjek A, 12 Juni 2021)

Lebih lanjut subjek mengatakan bahwa ia beberapa kali menemui *driver* GOJEK yang tidak mematuhi rambu lalu lintas, contohnya sering menerobos lampu merah. Melanggar lampu merah dapat menyebabkan kecelakaan yang tentunya membahayakan nyawa.

Subjek B adalah pelanggan setia GOJEK, karena memang setiap hari menggunakan GOJEK untuk berangkat ke tempat kerja. Sebagai pelanggan, subjek B mengaku sejauh ini puas dengan pelayanan yang diberikan sehingga tetap setia memakai GOJEK kurang lebih sudah 3 tahun berturut-turut. Tetapi, ia mengatakan bahwa:

“Walaupun setiap hari naik GOJEK, harus tetap waspada, karena tiap hari ketemu driver yang berbeda-beda. Pernah kejadian ada driver yang bawa motor sport, dan itu gak nyaman banget aku dibelakang duduknya. Sepanjang jalan takut mau jatuh karena tempat duduk penumpang kecil dan juga menukik, jadi berusaha banget gak lengket langsung dengan badan driver. Sejak itu setiap pesan aku selalu kasih notes -tidak terima motor sport-.” (Wawancara subjek B, 12 Juni 2021)

Di sisi lain, seorang *driver* GOJEK yang penulis ajak berbincang selama perjalanan mengatakan bahwa:

“Kalau bawa penumpang wanita memang harus hati-hati banget. Seringkali motor harus saya pelankan, agar penumpangnya gak takut. Kalau wanita juga lebih sering komplain kalau driver nerobos lampu merah atau belok sembarangan, dikasih bintang 3 ato 1. Kalau penumpang laki yang penting cepat sampai.” (Wawancara subjek C, 13 Juni 2021).

Lebih lanjut subjek C mengatakan bahwa dia sangat memahami mengapa pelanggan wanita lebih berhati-hati. Ia tidak memungkiri bahwa ada beberapa kasus dimana *driver* GOJEK merampok, melukai dan melecehkan pelanggan wanita. Subjek B berusaha memberikan pelayanan yang terbaik. Tidak hanya mengantar penumpang sampai tujuan, tetapi juga memastikan penumpang merasa tenang selama berada di jalan.

Berkaca dari fenomena-fenomena di atas, persepsi rasa aman pada pelanggan wanita yang menggunakan transportasi *online* adalah faktor penting yang harus dapat diciptakan oleh *driver* GOJEK. Maslow (dalam Walgito, 2010) mengatakan bahwa setiap individu memiliki kebutuhan dasar yang harus dan ingin dipenuhi. Kebutuhan dasar itu digambarkan ke dalam piramida lima tingkat. Salah satunya adalah *safety needs* atau kebutuhan rasa aman, yang berada ditingkat kedua, yang mana kebutuhan ini dapat dikategorikan sangat penting untuk dipenuhi setelah *physiological needs* yang berada di tingkat pertama. Maslow (dalam Siagian, 2004) dalam teorinya mengelompokkan kebutuhan rasa aman ke dalam dua aspek yaitu aspek fisik dan psikologis. Penulis memilih variabel persepsi rasa aman karena memiliki aspek-aspek yang merepresentasikan faktor keamanan, keselamatan dan kenyamanan yang menjadi faktor acuan pelanggan wanita dalam memilih transportasi yang akan digunakan.

Sebagai upaya untuk mencapai terpenuhinya persepsi rasa aman pada pelanggan wanita tentu harus ada hal nyata yang dilakukan para *driver* GOJEK. Hal nyata yang bisa dilakukan oleh *driver* adalah menjalankan aspek-aspek kualitas pelayanan. Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (dalam Tjiptono, 2011) mengatakan kualitas pelayanan adalah hasil akhir dari perbandingan antara pelayanan yang diharapkan konsumen dengan persepsi mereka terhadap kinerja pelayanan aktual. Nasution (2004) berpendapat bahwa kualitas pelayanan adalah upaya memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta konsistensi dalam penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Parasuraman (2001) mengemukakan konsep kualitas pelayanan ditentukan oleh lima aspek yang sering disebut dengan istilah “kualitas layanan *RATER* (*responsiveness, assurance, tangible, empathy dan reliability*)”. Pada intinya konsep kualitas layanan *RATER* adalah sikap dan perilaku yang harus dimiliki dan terus dikembangkan oleh penyedia layanan jasa, agar mendapat penilaian yang baik dari pengguna sesuai kualitas layanan yang diterima. Penulis memilih variabel kualitas pelayanan karena konsep *RATER* ini sangat cocok untuk diaplikasikan dalam pelayanan GOJEK. Kualitas pelayanan yang baik diharapkan tidak hanya meningkatkan penilaian yang baik bagi GOJEK sebagai penyedia layanan jasa, tetapi juga mampu meningkatkan persepsi rasa aman pada pelanggan wanita.

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang sebelumnya maka penulis merumuskan masalah dalam penelitian ini adalah “Apakah ada hubungan antara kualitas pelayanan GOJEK motor pria dengan kebutuhan akan rasa aman pada pelanggan wanita?”.

C. TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan rumusan masalah sebelumnya maka tujuan dalam penelitian adalah “Mengetahui dan menganalisis hubungan antara kualitas pelayanan GOJEK motor pria dengan kebutuhan akan rasa aman pada pelanggan wanita.”

D. MANFAAT PENELITIAN

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah kajian dalam ilmu Psikologi Industri dan Organisasi dan juga Psikologi Sosial terkait dengan hubungan antara kualitas pelayanan dengan kebutuhan rasa aman. Laporan ini dapat dijadikan sumber informasi dan referensi untuk pengembangan studi tentang kualitas pelayanan dan kebutuhan rasa aman atau untuk penelitian lainnya.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi GOJEK sebagai perusahaan penyedia layanan transportasi *online*

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai masukan bagi GOJEK untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan yang maksimal. Kualitas pelayanan yang baik seharusnya dapat memenuhi kebutuhan rasa aman pada pelanggan wanita. Sebaliknya saat kebutuhan rasa amannya telah terpenuhi maka pelanggan akan memberikan penilaian yang tinggi terhadap kualitas pelayanan GOJEK dan membuat GOJEK semakin dikenal serta digunakan banyak orang.

b. Bagi *driver* GOJEK

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan edukasi tentang bagaimana memberikan kualitas pelayanan yang terbaik kepada pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik membuat pelanggan dengan senang hati menggunakan GOJEK terus menerus dan memberikan *rating* (berupa bintang) yang tinggi yang sangat diperlukan *driver*.

c. Bagi wanita pelanggan GOJEK atau transportasi *online* lainnya

Pelanggan wanita diharapkan untuk selalu teliti dan berhati-hati saat memilih kendaraan *online* yang akan digunakan. Pastikan bahwa sebagai pengguna kita merasa aman pada saat menggunakan transportasi *online* tersebut. Sebelum memakai sebuah jasa transportasi *online*, ada baiknya pelanggan mencari tahu seberapa bagus reputasi perusahaan tersebut.