

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG MASALAH

Pembangunan ekonomi merupakan sebuah tolak ukur dalam pembangunan nasional. Sektor ekonomi selalu menjadi fokus pemerintah dalam melaksanakan pembangunan baik dalam skala pendek maupun dalam skala panjang. Bahkan setelah masa krisis sudah lewat, perbaikan dalam sektor perekonomian masih menjadi prioritas utama. (<https://www.gentaandalas.com> diunduh pada tanggal 26 Oktober 2017)

Kondisi perekonomian Indonesia saat ini sedang dihadapkan pada banyak tantangan yang berat dan mengejutkan, baik dari sisi eksternal maupun dari domestik. Ronald waas mengatakan bahwa saat ini perekonomian global sedang dalam kondisi yang cenderung bias ke bawah akibat dari dampak pemulihan ekonomi global yang masih belum merata dan lambat. Hal itu dikarenakan pertumbuhan ekonomi dunia yang awalnya diperkirakan tumbuh sebesar 3.5% dikoreksi menjadi 3% saja yang dimana lebih rendah dibanding tahun lalu (2016) yang ada diangka 3.1% (<http://ekonomi.kompas.com> diunduh pada 26 Oktober 2017.)

Potensi yang cenderung bias kebawah tersebut bisa terjadi dikarenakan pertumbuhan ekonomi AS yang tidak sekuat proyeksi yang di ekspektasikan sebelumnya, dan juga Tiongkok yang masih mengalami perlambatan. Pada desember 2016 suku bunga bank sentral Amerika Serikat (Fed Fund Rate) mengalami kenaikan yang mempengaruhi perkembangan ekonomi global dan menyebabkan ketidakpastian di pasar. Normalisasi kebijakan The Fed bisa memicu terjadinya *capital outflows* yang bisa menimbulkan tekanan pasar keuangan di indonesia. (<http://ekonomi.kompas.com> diunduh pada 26 Oktober 2017.)

Di Indonesia sendiri tantangan domestik yang dihadapi juga diwarnai dengan lambatnya pertumbuhan ekonomi, defisit fiskal yang bisa bertambah semakin besar lagi di kemudian hari, kenaikan utang luar negeri, serta pertumbuhan kredit yang

rendah dengan resiko peningkatan kredit yang bermasalah (Non Performing Loan). Daya saing Indonesia yang semula berada di peringkat 37 merosot menjadi peringkat 41 dari 138 negara. Kemerosotan ini menunjukkan bahwa Indonesia harus lebih giat lagi agar dapat bersaing dalam perekonomian dunia. Setelah melihat tantangan tersebut BI mengumumkan bauran mengenai kebijakan yang mengutamakan stabilitas ekonomi yang ditujukan untuk mendukung pertumbuhan ekonomi. Kebijakan itu diarahkan agar bisa menciptakan kondisi makroekonomi yang stabil, terutama dalam hal pencapaian inflasi untuk menuju sarana yang ditetapkan dan untuk menurunkan defisit transaksi yang sedang berjalan. (<http://ekonomi.kompas.com> diunduh pada 26 Oktober 2017.)

Indonesia yang merupakan salah satu negara berkembang yang mengikuti perkembangan zaman tidak bisa terlepas dari pengaruh globalisasi. Karena suka atau tidak, jika Indonesia menghindari pengaruh globalisasi Indonesia bisa semakin tertinggal dengan negara lainnya dan menutup kemungkinan agar Indonesia bisa menjadi negara maju di masa yang akan datang. Globalisasi merupakan sebuah proses tatanan masyarakat dunia yang menghubungkan masyarakat dari seluruh penjuru dunia dari satu negara ke negara yang lain tanpa mengenal batas wilayah. Globalisasi muncul karena adanya sebuah gagasan untuk bisa menyatukan tatanan antar bangsa yang bisa menjadi sebuah kesepakatan bersama yang nantinya menjadi pedoman bersama bagi bangsa-bangsa yang ada di seluruh dunia. Globalisasi bisa merambah segala sektor kehidupan dan memberi pengaruh yang besar terhadap tatanan masyarakat dunia dengan adanya dukungan teknologi informasi dan komunikasi. Globalisasi merupakan proses yang berkesinambungan, karena itu globalisasi dapat mengurangi masalah dimensi ruang dan waktu sehingga interaksi dan komunikasi yang dilakukan antar bangsa bisa dilakukan dengan cepat dan tepat sesuai sasaran. (<https://www.kompasiana.com> diunduh pada 27 Oktober 2017)

Globalisasi memberi banyak dampak positif, seperti banyaknya turis asing yang berdatangan ke Indonesia karena berkembangnya industri pariwisata dan turisme yang menyebabkan peningkatan pendapatan nasional Indonesia. Kehidupan masyarakat juga menjadi semakin mudah dengan kemajuan teknologi-teknologi yang

ada. Pasar produk dalam negeri juga diuntungkan dengan meluasnya ke seluruh penjuru dunia akibat dari globalisasi. Sama halnya dengan perusahaan asing yang masuk ke Indonesia untuk menjalin hubungan kerjasama bisnis yang bisa membuka peluang pekerjaan baru bagi masyarakat Indonesia dan meningkatkan perekonomian negara. Kehidupan manusia juga dimudahkan dengan adanya kemajuan di bidang teknologi, informasi, komunikasi, dan transportasi juga merupakan akibat dari globalisasi. (<https://www.kompasiana.com> diunduh pada 27 Oktober 2017)

Namun tidak hanya dampak positif, globalisasi juga memiliki dampak negatif bagi Indonesia sehingga menyebabkan adanya pro dan kontra terhadap globalisasi ini. Dampak negatif tersebut antara lain seperti: nilai-nilai barat yang dengan mudah masuk dan diterima oleh masyarakat Indonesia baik melalui internet maupun televisi, penyelundupan barang ke Indonesia juga menjadi semakin marak sehingga menyebabkan kondisi industri dalam negeri menjadi sulit berkembang akibat perusahaan dalam negeri lebih tertarik bekerja sama dengan perusahaan asing. Namun walaupun globalisasi memberi dampak negatif bagi Indonesia, tidak bisa dipungkiri bahwa tanpa globalisasi akan membuat Indonesia semakin tertinggal di bidang perekonomian dibanding dengan negara lain. (<https://www.kompasiana.com> diunduh pada 27 Oktober 2017)

Akibat dampak globalisasi juga menyebabkan masuknya e-commerce ke Indonesia. E-commerce merupakan sebuah penyebaran, penjualan, pembelian, pemasaran baik itu barang maupun jasa yang menggunakan sistem elektronik seperti internet, TV, dan jaringan komputer lainnya. Transfer dana dan pertukaran data elektronik, sistem manajemen dan pengumpulan data dilakukan secara otomatis oleh e-commerce. E-commerce sendiri memberikan keuntungan yang menjanjikan sehingga menjadi salah satu bisnis yang paling banyak diminati oleh masyarakat Indonesia di zaman sekarang ini. (<https://www.kompasiana.com> diunduh pada 27 Oktober 2017)

E-commerce juga memberikan berbagai dampak positif bagi masyarakat, antara lain adalah: mempermudah komunikasi antara produsen dan konsumen, mempermudah pemasaran dan promosi barang dan jasa, memperluas jangkauan calon

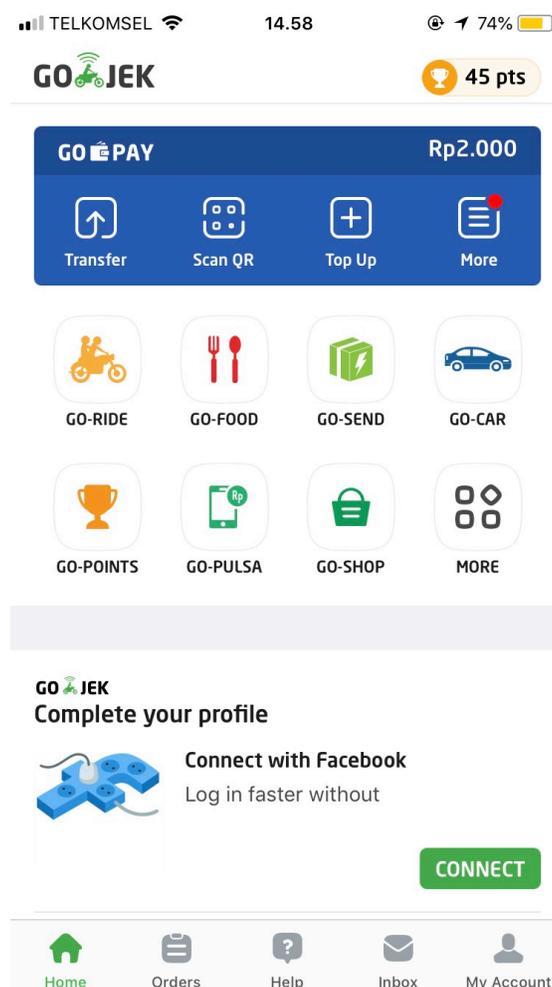
konsumen dengan pasar yang luas dikarenakan tidak dibatasi oleh wilayah geografis karena Dengan menggunakan e-commerce maka seluruh penjuru dunia dapat dikatakan wilayah untuk menjalankan bisnis, mempermudah proses jual beli serta proses pembayaran karena bisa dilakukan via online dan juga mempermudah penyebaran informasi. (<https://www.kompasiana.com> diunduh pada tanggal 2 Januari 2018)

E-commerce memberikan banyak keuntungan, salah satunya adalah semua orang bisa memperdagangkan suatu produk tanpa harus memiliki toko fisik seperti yang dilakukan oleh pedagang pada umumnya. Karena yang dibutuhkan hanya sebuah jaringan internet untuk dapat memasarkan produk atau jasa pada konsumen kapanpun dan dimanapun. Oleh karena itu konsumen juga semakin dimudahkan karena konsumen juga hanya membutuhkan jaringan internet untuk dapat mengakses dan melakukan transaksi dengan penjual barang atau jasa tersebut. Selain itu komunikasi antara penjual dan pembeli juga semakin dimudahkan karena bisa berkomunikasi via online. Pemasaran produk juga semakin mudah dan hemat dikarenakan hanya dengan menggunakan jaringan internet saja penjual sudah bisa memasarkan produk atau jasanya secara luas kepada masyarakat. (<https://www.kompasiana.com> diunduh pada tanggal 2 Januari 2018)

Terdapat berbagai macam perusahaan e-commerce di Indonesia, ada perusahaan yang berasal dari dalam negeri dan ada yang berasal dari luar negeri. Di Indonesia sendiri saat ini bisnis e-commerce sudah tidak asing lagi. Perusahaan e-commerce di Indonesia saat ini sedang berkembang dan mulai semakin banyak. Ada beberapa e-commerce yang sudah tidak asing lagi yang menawarkan produk atau jasa seperti Traveloka, Lazada, Tokopedia, Bukalapak dan masih banyak lagi, salah satunya adalah Gojek. Gojek sendiri yang sudah dikenal oleh masyarakat Indonesia terutama pada masyarakat yang terdapat di kota-kota besar juga menimbulkan berbagai pro dan kontra. Banyak pesaing-pesaing yang bermunculan mulai dari Grab Bike, Uber Motor, dan lain sebagainya. Dwi Ardiantra Kurniawan sebagai Peneliti Pusat Studi Transportasi dan Logistik Universitas Gadjah Mada (UGM) mengatakan bahwa fenomena penyebaran Gojek di beberapa daerah dapat menjadi kritik terhadap

perbaikan pelayanan angkutan umum di daerah – daerah tersebut.
(<https://article.wn.com> diunduh pada 28 Oktober 2017)

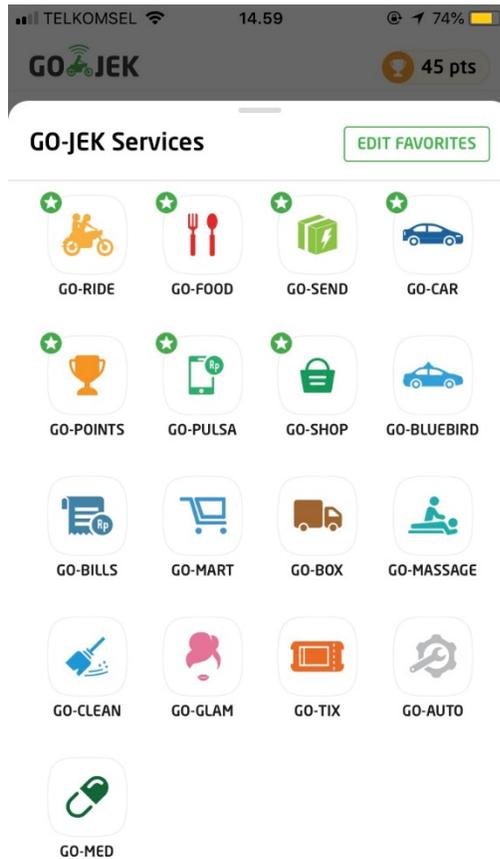
Ide untuk membentuk Gojek bermula dari ketika Nadiem Maskarim selaku pemilik Gojek saat ini dengan seorang supir ojek. Nadiem mengerti bahwa sebagian besar waktu kerja seorang supir ojek dihabiskan untuk menunggu penumpang sehingga membuat kinerja mereka menjadi tidak produktif. Nadiem pun lantas ingin menjalankan sebuah misi sosial yang ditujukan untuk membantu supir ojek agar bisa menjadi produktif dalam waktu kerjanya. Hal tersebut dikutip darinya ketika berada di forum *WhatWorks di New Cities Summit 2015*. Nadiem Maskarim yang merupakan lulusan Harvard University berhasil menciptakan sebuah jasa pemesanan ojek yang



dinamakan Gojek pada tahun 2011 dengan berbekalkan tekad dan ilmu pengetahuan yang ia miliki. (<http://www.sepositif.com> diunduh pada 28 Oktober 2017)

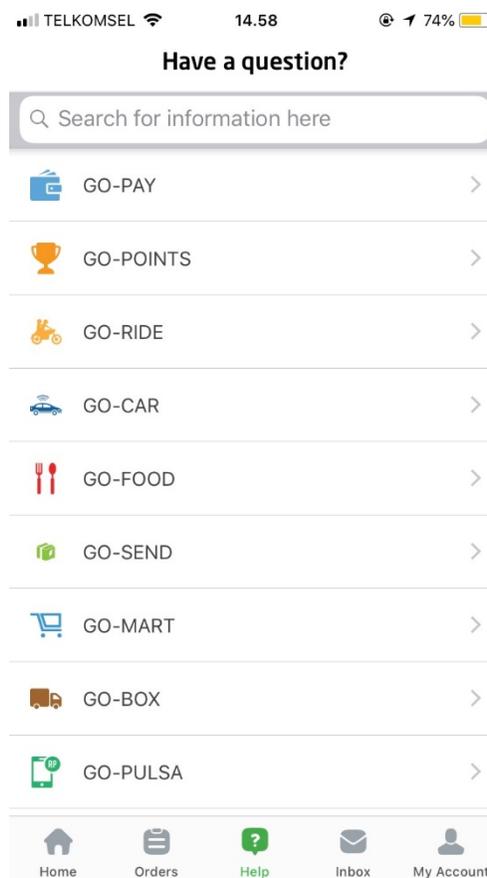
Gambar 1.1 Tampilan utama Gojek (Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Sistem Gojek tersebut bekerja untuk membantu para supir ojek agar mendapatkan penumpang dengan lebih cepat dan juga membantu penumpang yang membutuhkan ojek. Mulai saat itu Gojek melayani pesanan ojek melalui call centre, yang kemudian operator call centre tersebut akan mencarikan pengendara Gojek terdekat dan kemudian menugaskan driver terdekat tersebut untuk menjemput pelanggan sambil memantau kedatangan driver tersebut dengan sistem navigasi & koordinasi pelanggan. Bisnis startup dan misi sosialnya tersebut tidak tanggung-tanggung dikembangkan oleh Nadiem. Tidak hanya bersistem call centre, Nadiem juga memberikan smartphone kepada mitra ojeknya sebagai sarana untuk menerima panggilan pelanggan. Nadiem juga memfasilitasi *driver* Gojek secara lengkap dalam urusan keamanan berkendara, seperti jaket berlogo Gojek di bagian belakang dan helm SNI berwarna hijau dengan logo Gojek. Selain sebagai keamanan hal tersebut dilakukan sekaligus sebagai kebutuhan branding perusahaan Gojek agar semakin dikenal oleh masyarakat. (<http://www.republika.co.id> diunduh pada 28 Oktober 2017)



Gambar 1.2 Semua layanan yang disediakan Gojek (Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Maraknya pengguna smartphone di masa kini tidak dilewatkan begitu saja oleh Nadiem, Nadiem memanfaatkan peluang tersebut dengan melakukan inovasi baru yaitu meluncurkan aplikasi mobile bernama Gojek yang membuat pengguna smartphone dapat memesan Gojek dengan mudah. Aplikasi mobile tersebut berdampak positif, dari yang awalnya hanya memiliki sekitar 300 mitra ojek, kini Gojek sudah memiliki sekitar 120.000 driver Gojek yang bermitra dan tersebar di wilayah Jabodetabek, Bali, Bandung dan Surabaya. Aplikasi Gojek juga sudah diunduh sebanyak lebih dari 15 juta kali di Google Play pada sistem operasi Android hingga saat ini. (<https://kumparan.com> diunduh pada 28 Oktober 2017)



Gambar 1.3 Menu help yang disediakan Gojek (Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Repurchase Intentions menurut Kumar dan Shah (2004) adalah Tujuan utama dari perusahaan untuk mempertahankan keuntungan, dan hal ini dapat dicapai dengan bagaimana cara perusahaan untuk menciptakan pelanggan-pelanggan yang setia, yang akan datang kembali untuk melakukan repurchase. Gojek memberikan pelayanan

yang baik dengan memiliki driver yang ramah sehingga membuat pelanggan merasa nyaman untuk menggunakan Gojek. Gojek juga memiliki aplikasi yang mudah digunakan dan juga dengan berbagai layanan sehingga membuat pelanggan tidak bosan-bosan menggunakan Gojek.

Hokanson (1995), menyatakan bahwa Customer Satisfaction merupakan suatu kepuasan yang dapat dipengaruhi oleh beberapa factor-faktor antara lain yaitu keramahan karyawan, kesopanan karyawan, harga yang kompetitif, kualitas, nilai yang baik, kejelasan penagihan, layanan yang cepat, karyawan yang berpengetahuan, membantu, akurasi penagihan, dan ketepatan waktu penagihan. Gojek juga memberikan layanan yang cepat dan tanggap, harga yang terjangkau dan kualitas yang sesuai dengan harga yang dibayarkan sehingga customer juga merasa puas dengan pelayanan yang diberikan.

Menurut Parasuraman et al., (2005) menyatakan bahwa Platform Quality adalah proses untuk menepati janji terhadap pelayanan yang diberikan dan diusahakan bahwa pelayanan yang diberikan dapat berjalan dengan baik. Gojek menjanjikan untuk memberikan pelayanan yang cepat, tepat waktu dan tersedia setiap saat sehingga membuat pelayanan yang diberikan Gojek dapat berjalan dengan lancar dan menjadi perusahaan yang dapat dipercaya.

DeLone & McLean (2003) menjelaskan bahwa Interaction Quality adalah proses memberikan layanan yang mampu menyelesaikan permasalahan dari konsumen, hal ini didukung dengan adanya empati dan kepedulian dari penyedia layanan untuk selalu memberikan pelayanan yang terbaik. Gojek memiliki pengemudi yang memahami dengan baik mengenai produk mereka, tanggap dalam menanggapi kebutuhan konsumen dan memberi perhatian yang baik pada setiap individu sehingga Gojek memiliki interaction quality yang baik.

Menurut Fassnacht & Koese (2006) menjelaskan bahwa outcome quality ditentukan melalui dua bagian besar yaitu functional benefit & emotional benefit. Functional benefit sendiri merupakan derajat layanan yang disesuaikan dengan tujuan aktual dengan penyedia layanan sedangkan emotional benefit adalah derajat layanan yang difokuskan kepada pengembangan perasaan yang positif. Gojek memberikan

layanan yang sepadan dengan harga yang dibayarkan, sehingga membuat pelanggan merasa nyaman dan puas dengan menggunakan Gojek.

1.2 Batasan Masalah

Penelitian ini berupaya meneliti pengaruh antara *Platform Quality*, *Interaction Quality* dan *Outcome Quality* terhadap *Intention to Continue Using* melalui *Service Satisfaction* pada pengguna aplikasi Gojek di Surabaya. Di samping itu, pengumpulan informasi dalam penelitian ini hanya terbatas pengguna aplikasi Gojek, dengan rentang usia responden adalah 18 – 60 tahun dan juga pernah menggunakan aplikasi Gojek minimal 2 kali dalam 6 bulan terakhir, sehingga responden yang dipilih sesuai dengan yang diharapkan. Data kuisisioner yang terpilih selanjutnya akan ditabulasi dan diolah.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

- 1 Apakah *platform quality* berpengaruh signifikan terhadap *service satisfaction* pada pengguna aplikasi Gojek di Surabaya?
- 2 Apakah *interaction quality* berpengaruh signifikan terhadap *service satisfaction* pada pengguna aplikasi Gojek di Surabaya?
- 3 Apakah *outcome quality* berpengaruh signifikan terhadap *service satisfaction* pada pengguna aplikasi Gojek di Surabaya?
- 4 Apakah *platform quality* berpengaruh signifikan terhadap *intention to continue using* pada pengguna aplikasi Gojek di Surabaya?
- 5 Apakah *interaction quality* berpengaruh signifikan terhadap *intention to continue using* pada pengguna aplikasi Gojek di Surabaya?
- 6 Apakah *outcome quality* berpengaruh signifikan terhadap *intention to continue using* pada pengguna aplikasi Gojek di Surabaya?
- 7 Apakah *service satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *intention to continue using* pada pengguna aplikasi Gojek di Surabaya?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah dan batasan masalah diatas, maka tujuan dibuatnya penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1 Meneliti dan menganalisa *platform quality* berpengaruh signifikan terhadap *service satisfaction* pada pengguna aplikasi Gojek di Surabaya
- 2 Meneliti dan menganalisa *interaction quality* berpengaruh signifikan terhadap *service satisfaction* pada pengguna aplikasi Gojek di Surabaya?
- 3 Meneliti dan menganalisa *outcome quality* berpengaruh signifikan terhadap *service satisfaction* pada pengguna aplikasi Gojek di Surabaya?
- 4 Meneliti dan menganalisa *platform quality* berpengaruh signifikan terhadap *intention to continue using* pada pengguna aplikasi Gojek di Surabaya?
- 5 Meneliti dan menganalisa *interaction quality* berpengaruh signifikan terhadap *intention to continue using* pada pengguna aplikasi Gojek di Surabaya?
- 6 Meneliti dan menganalisa *outcome quality* berpengaruh signifikan terhadap *intention to continue using* pada pengguna aplikasi Gojek di Surabaya?
- 7 Meneliti dan menganalisa *service satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *intention to continue using* pada pengguna aplikasi Gojek di Surabaya?

1.5 Manfaat Penelitian

Dari tujuan penelitian yang telah disebutkan diatas, maka manfaat penelitian yang ingin dicapai yaitu:

1.5.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat depergunaan sebagai studi banding oleh peneliti lain yang ingin meneliti masalah yang sama, serta kemungkinan pengembangannya baik dari segi objek yang diteliti maupun variabel yang akan digunakan di masa mendatang. Dapat dijadikan sebagai bahan referensi atau kajian yang memperkaya peneliti berikutnya maupun para pembelajar dalam mengembangkan penelitian maupun studinya.

1.5.2 Manfaat Praktis

1 Bagi Penulis

Bermanfaat langsung dalam memperluas pandangan serta menambah pengetahuan tentang *Platform Quality*, *Interaction Quality* dan *Outcome Quality* terhadap *Intention to Continue Using* melalui *Service Satisfaction* berkaitan dengan sebuah produk.

2 Bagi perusahaan produsen produk

Diharapkan mampu menjadi bahan masukan dalam membangun *Platform Quality*, *Interaction Quality* dan *Outcome Quality* terhadap *Intention to Continue Using* melalui *Service Satisfaction* yang baik agar mampu mencapai target pasar yang diinginkan.

1.6 Sistematika Penelitian

Penelitian ini dijasikan alam beberapa bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang ulasan mengenai latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II: TUJUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Bab ini menjelaskan mengenai telaah pustaka dan hipotesis yang menjadi dasar dalam penyusunan proposal. Telaah pustaka dan hipotesis akan dipergunakan sebagai kerangka dasar untuk melakukan analisis dan sebagai dasar pembahasan untuk memberikan konklusi, implikasi dan rekomendasi.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan mengenai jenis penelitian, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, definisi operasional dan pengukuran variable juga metode analisis data.

BAB IV: ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Berisi gambaran umum tentang objek penelitian, yaitu Gojek; analisis data, yang meliputi hasil statistik deskriptif, hasil pengujian kualitas data, hasil pengujian hipotesis serta pembahasan dari hasil analisis data tersebut.

BAB V: KESIMPULAN

Berisi simpulan dari hasil penelitian, implikasi dari hasil penelitian dan rekomendasi untuk mengatasi masalah yang ada dalam penelitian ini.