

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Ojek motor merupakan alat transportasi yang telah ada sejak lama di Indonesia. Keberadaan ojek zaman dahulu sangat membantu Masyarakat khususnya di pedesaan karena belum dapat dijangkau oleh kendaraan lain selain sepeda dan sepeda motor. Alat transportasi ini semakin menarik perhatian Masyarakat karena memiliki harga yang murah dan praktis dan semakin berkembang pesat hingga daerah perkotaan. Hingga pada tahun 1974 ojek mulai muncul di Jakarta dan menjadikannya alat transportasi yang peminatnya cukup banyak karena mudah dijangkau oleh Masyarakat luas. Namun pada saat itu ketika ojek sedang marak-maraknya tidak ada kebijakan yang mematok harga/tarif yang ditawarkan oleh pemberi jasa ke penumpang sehingga hal menimbulkan kesan yang terkesan mahal dibandingkan dengan alat transportasi lainnya dan juga pada saat itu ojek hanya dapat di ditemui di tempat-tempat tertentu saja seperti persimpangan jalan, halte bus, bawah pohon rindang, dan lain-lain, yang menyusahakan orang untuk bermobilisasi menggunakan jasa tersebut (<https://kumparan.com/kumparantech/sejarah-ojek-sebelum-gojek-1zRuQzx9UFO>, diunduh 15 April 2024).

Hingga Pada tahun 2011 Munculah salah satu moda transportasi yang dapat membantu mengurangi masalah yang telah lama muncul yaitu Ojek Online/Ojol yang Bernama Gojek. Dengan adanya Gojek ini telah banyak membantu dan merubah proses banyak orang dalam bermobilisasi. Dengan Ojek online telah

merubah proses mobilitas, yang biasanya kita harus berjalan ke pangkalan tempat ojek-okej berkumpul, namun kita hanya cukup berinteraksi hanya melalui internet maupun melalui smartphone.

Gojek merupakan inovasi yang lahir dari pemikiran Nadiem Makarim, seorang alumni MBA Harvard University, yang mendirikan pada 5 Oktober 2010. Inspirasi terciptanya Gojek berawal dari pengalaman pribadi Nadiem saat masih menjabat sebagai Co-Founder Director di Zalora Indonesia, di mana ia rutin menggunakan jasa ojek untuk transportasi sehari-hari. Melalui pengalamannya sebagai pengguna setia ojek, Nadiem mengamati dua permasalahan utama dalam sistem ojek tradisional. Pertama, para pengojek menghabiskan sebagian besar waktu mereka hanya untuk menunggu pelanggan di pangkalan. Kedua, dibandingkan dengan moda transportasi umum lainnya, ketersediaan ojek relatif terbatas. Berangkat dari pengamatan tersebut, Nadiem melihat adanya celah untuk menciptakan sebuah sistem yang dapat mempertemukan penumpang dengan pengendara ojek secara efisien. Visinya adalah mewujudkan layanan ojek yang dapat diakses kapan saja saat dibutuhkan oleh masyarakat.



Gambar 1. 1 Logo Gojek Pertama pada saat pertama kali diluncurkan.

Sumber: <https://id.wikipedia.org/wiki/Gojek>

Dalam masa awal operasinya, Gojek memulai perjalanan dengan merekrut 20 mitra pengemudi pertama. Sistem pemesanan saat itu masih sederhana, mengandalkan pusat panggilan (call center) untuk menghubungkan pelanggan dengan pengemudi. Momentum perubahan terjadi pada pertengahan 2014, ketika

masuknya Uber ke pasar Indonesia membuka peluang investasi bagi Gojek. Transformasi digital Gojek terwujud pada 7 Januari 2015 dengan diluncurkannya aplikasi mobile yang tersedia di platform Android dan iOS, menggantikan sistem pemesanan berbasis call center yang sebelumnya digunakan. Sejak saat itu, Gojek terus berkembang dengan menawarkan beragam layanan, tidak hanya terbatas pada transportasi. Layanan-layanan tersebut mencakup Gocar, Gosend, Gofood, Goclean, Goride, dan berbagai layanan lainnya. Dalam perkembangan bisnisnya, Gojek juga merambah ke ranah finansial teknologi dengan meluncurkan Gopay, sebuah platform pembayaran digital. Ekspansi Gojek tidak hanya terbatas di Indonesia, tetapi juga merambah ke negara-negara Asia Tenggara lainnya, dengan kehadiran yang sudah terasa di Singapura dan Vietnam (<https://id.wikipedia.org/wiki/Gojek>, diunduh 15 April 2024).



Gambar 1. 2 Logo Gojek pada saat ini

Sumber: <https://id.wikipedia.org/wiki/Gojek>

Perkembangan teknologi yang pesat telah mengubah cara masyarakat dalam menggunakan layanan transportasi, khususnya dengan hadirnya layanan transportasi berbasis aplikasi seperti Gojek. Di Surabaya, sebagai kota terbesar kedua di Indonesia, Gojek Ride telah menjadi pilihan transportasi yang populer bagi masyarakat. Namun, dalam persaingan industri ride-hailing yang semakin ketat, kepuasan pelanggan menjadi faktor krusial yang perlu diperhatikan untuk mempertahankan loyalitas pengguna. Surabaya, dengan karakteristik kota metropolitan yang memiliki tingkat mobilitas tinggi dan kepadatan lalu lintas yang

kompleks, menjadi lokasi yang menarik untuk mengkaji bagaimana faktor-faktor tersebut saling berinteraksi. Pemahaman mendalam tentang pengaruh variabel-variabel ini terhadap kepuasan pelanggan menjadi penting bagi Gojek untuk dapat meningkatkan layanannya dan mempertahankan posisinya di pasar yang kompetitif. Studi mengenai hubungan antara Accessibility, Safety, Economic Benefit, dan Traffic Management dengan Customer Satisfaction, melalui Trust dan Service Quality, dapat memberikan wawasan berharga bagi pengembangan strategi layanan transportasi online yang lebih baik. Hal ini akan menjadi semakin relevan mengingat perubahan perilaku konsumen dan ekspektasi yang terus berkembang terhadap layanan transportasi berbasis aplikasi.

Menurut Levine 2020, (Silva et al., 2023) menyatakan bahwa definisi *accessibility* adalah kemudahan untuk menjangkau aktivitas-aktivitas yang diinginkan, dan hal ini diakui secara luas sebagai dimensi penting dalam kualitas hidup seseorang.

Menurut Hasan et al., (2023) *Safety* adalah masalah keselamatan dan pengetahuan tentang bagaimana orang akan berperilaku dan menggunakan kendaraan.

Menurut Ye et al 2021, (He et al., 2023) *Economic Benefit* adalah sebuah metode evaluasi yang diakui secara global untuk mengevaluasi manfaat konstruksi ekologis.

Menurut Kumar et al., (2023) *Traffic Management* adalah sebuah teknik yang digunakan untuk mengelola, memantau, dan mengedalikan lalu lintas.

Menurut Salgado et al., 2021, (Alberti et al., 2024) *Trust* adalah keyakinan yang didasarkan pada orientasi bawaan terhadap orang lain.

Menurut Amin et al 2019, (Azlan bin Hamzah & Farid Shamsudin, 2020) *Service Quality* adalah persepsi pelanggan tentang seberapa baik produk dan layanan perusahaan memenuhi harapan.

Menurut Kotler 1996, (Afthanorhan et al., 2019) *Customer Satisfaction* adalah Tingkat perasaan seseorang yang dihasilkan dari membandingkan kinerja yang dirasakan suatu produk.

Dengan kemudahan, kenyamanan, keamanan, dan harga dapat kita rasakan ketika memakai GoRide, tetapi apakah hal tersebut akan menjadi kepuasan bagi pelanggan, dan apakah semua mitra/driver dapat memberikan pelayanan terbaik sehingga para pelanggan akan memakai jasanya Kembali? Didalam jurnal ini maka kita akan membahas apakah *Accessibility, Safety, Economic Benefit, dan Traffic Management* akan memberikan pengaruh positif terhadap *Trust*. Serta apakah *Trust* akan memberikan pengaruh positif terhadap *Service Quality* serta *Customer Satisfaction*?

1.2 Masalah Penelitian

Menurut latar belakang yang telah ditulis diatas maka dapat disimpulkan pokok masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Apakah *Accessibility* berpengaruh terhadap *Trust* pada pengguna Gojek Ride di Surabaya?
- 2) Apakah *Safety* berpengaruh terhadap *Trust* pada pengguna Gojek Ride di Surabaya?

- 3) Apakah *Economic Benefit* berpengaruh *Trust* pada pengguna Gojek Ride di Surabaya?
- 4) Apakah *Traffic Management* berpengaruh *Trust* pada pengguna Gojek Ride di Surabaya?
- 5) Apakah *Trust* berpengaruh *Service Quality* pada pengguna Gojek Ride di Surabaya?
- 6) Apakah *Service Quality* berpengaruh *Customer Satisfaction* pada pengguna Gojek Ride di Surabaya.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan Batasan dan perumusan masalah, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh dari:

1. Pengaruh *Accessibility* terhadap *Trust* pada pengguna layanan Gojek Ride di Surabaya.
2. Pengaruh *Safety* terhadap *Trust* pada pengguna layanan Gojek Ride di Surabaya.
3. Pengaruh *Economic Benefit* terhadap *Trust* pada pengguna layanan Gojek Ride di Surabaya.
4. Pengaruh *Traffic Management* terhadap *Trust* pada pengguna layanan Gojek Ride di Surabaya.
5. Pengaruh *Trust* terhadap *Service Quality* pada pengguna layanan Gojek Ride di Surabaya.
6. Pengaruh *Service Quality* terhadap customer satisfaction pada pengguna layanan Gojek Ride di Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan dari tujuan penelitian yang telah dijelaskan di atas, berikut merupakan manfaat yang diharapkan dari penelitian agar dapat dijelaskan:

- 1) Penelitian ini diharapkan dapat menguji teori, memperluas teori, dan menjadi rujukan untuk penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan *Accessibility, Safety, Economic Benefit, Traffic Management, Trust, Service Quality*, dan *Customer Satisfaction*;
- 2) Hasil dari penelitian ini dapat menggambarkan bahwa *Service Quality* yang diberikan dapat memberikan pengaruh kepada *Customer Satisfaction*, yang dapat menjadi sebuah cara bagi para driver agar dapat membawa penumpang dengan lebih baik lagi serta aman dan nyaman;
- 3) Penelitian ini dapat memberikan kontribusi terhadap upaya membangun hubungan baik antara mitra Gojek Ride dengan konsumen Gojek Ride. Serta penelitian ini dapat sebagai sarana informasi dan bahan pertimbangan bagi mitra-mitra Gojek Ride khususnya yang berada di Surabaya agar mampu mempertimbangkan aspek pelayanan agar menjadi lebih baik sehingga mempengaruhi *Customer Satisfaction* yang ditinjau melalui *Accessibility, Safety, Economic Benefit, Trust*, dan *Service Quality*.

1.5 Batasan Masalah

Berdasarkan data-data yang telah dikumpulkan, menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara Accessibility, Safety, Economic Benefit, Traffic Management, terhadap Customer Satisfaction melalui Trust dan Service Quality pada pengguna Gojek Ride Surabaya. Penelitian ini memiliki beberapa Batasan yang disebabkan oleh beberapa factor yaitu:

- 1) Pria dan Wanita;
- 2) Berusia 18-60 tahun;
- 3) Bertempat tinggal di Surabaya;
- 4) Menggunakan Jasa Gojek motor 2 kali dalam 3 bulan terakhir.

1.6 Sistematika Penelitian

Untuk mempermudah para pembaca dalam memahami dan mengikuti pembahasan dari penelitian ini, aka distematika disusun seperti berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bagian awal penelitian ini, dipaparkan beberapa komponen penting yang menjadi fondasi penelitian. Pembahasan dimulai dengan penjelasan mengenai konteks permasalahan yang melatarbelakangi penelitian, kemudian dilanjutkan dengan penetapan lingkup dan batasan penelitian. Selanjutnya, diuraikan formulasi masalah yang akan dikaji, disertai dengan penjelasan mengenai sasaran yang hendak dicapai melalui penelitian ini. Bagian ini juga menguraikan nilai dan kontribusi yang diharapkan dari penelitian, serta diakhiri

dengan penjelasan tentang struktur dan organisasi penulisan penelitian secara keseluruhan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini memuat pemikiran-pemikiran atau teori-teori yang mendasari penelitian ini. Ada teori yang akan dibahas yaitu Aksesibilitas, Keamanan, Manfaat Ekonomi, Manajemen Lalu Lintas, Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Pelanggan.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini metodologi diuraikan berbagai aspek teknis pelaksanaan penelitian. Pembahasan diawali dengan penjelasan tentang pendekatan penelitian yang dipilih, dilanjutkan dengan pemaparan mengenai subjek penelitian yang mencakup populasi dan teknik pengambilan sampel. Bab ini juga menjelaskan keunggulan dari metode yang digunakan dalam proses pengumpulan data. Selanjutnya, dipaparkan definisi operasional beserta cara pengukuran setiap variabel yang diteliti. Pada bagian akhir, dijelaskan tentang teknik dan prosedur yang digunakan dalam menganalisis data yang telah terkumpul.

BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan analisis data dengan menampilkan berbagai data penelitian yang bersumber dari sumber maupun data kuesioner. Bab ini juga berisi pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Bab ini adalah akhir dari penelitian yang meliputi kesimpulan, Implikasi, dan rekomendasi.

