

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan zaman menuntut perusahaan untuk melakukan inovasi. Inovasi dalam bisnis merupakan suatu tindakan bagi perusahaan dalam meningkatkan persaingan bisnis baik barang maupun jasa. Industri jasa dapat diklasifikasikan atas beberapa macam, yaitu perumahan, usaha rumah tangga, rekreasi dan kesukaan, perawatan pribadi, jasa bisnis dan profesi lainnya, asuransi, bank dan jasa finansial lainnya, transportasi dan komunikasi (Prasetya, 2009 dalam Sigit & Oktafani (2014)).

Transportasi merupakan bagian dari industri jasa yang dibagi menjadi dua yakni transportasi umum dan transportasi pribadi. Transportasi merupakan unsur yang sangat berpengaruh dalam roda perekonomian. Semua aspek kehidupan bangsa tergantung pada sektor yang satu ini, yang berfungsi sebagai pendorong, penunjang dan penggerak pertumbuhan perekonomian. Artinya jika sektor transportasi ini tidak digarap dengan baik maka dapat dipastikan pengembangan serta pemerataan pembangunan dan hasil-hasilnya tidak dapat dinikmati secara optimal untuk seluruh rakyat (Haryono, 2010).

Di Indonesia, khususnya penggunaan transportasi pribadi masih menjadi pilihan utama sehingga dengan jumlah penduduk yang melebihi 200 juta dapat menjadi penyebab kemacetan yang setengah dari penduduk Indonesia tersebut menduduki Pulau Jawa. Dalam artikel <http://nasional.republika.co.id/>, kepala Badan

Perencanaan Pembangunan Nasional (Bappenas) menyatakan sebesar 54,7 persen penduduk Indonesia berada di pulau Jawa. Jawa Barat menjadi provinsi paling padat, laju pertumbuhannya cenderung stabil. Yaitu sebesar 1,56 persen pada periode 2010-2015 (Alisjahbana, 2014).

Artikel dalam <http://www.pu.go.id/> menyebutkan dampak yang ditimbulkan akibat kemacetan adalah sebagai berikut:

1. Secara ekonomi, kemacetan menyebabkan peningkatan waktu tempuh (inefisiensi waktu), biaya transportasi secara signifikan, gangguan yang serius bagi pengangkutan produk-produk ekspor-impor (logistik secara umum), penurunan tingkat produktivitas kerja, dan pemanfaatan energi yang sia-sia.
2. Selain itu, kemacetan pun memberikan dampak yang serius bagi penurunan kualitas lingkungan perkotaan (khususnya tingkat kebisingan dan polusi udara) dan penurunan tingkat kesehatan (misal: pemicu lahirnya berbagai penyakit pernapasan, tekanan psikologis/stress).
3. Dalam konteks perubahan iklim (*climate change*) yang kini tengah menjadi hot topic bagi masyarakat dunia, kemacetan lalu lintas di kota-kota utama dunia telah menjadi salah satu kontributor utama dalam emisi gas-gas rumah kaca ke atmosfer yang menyebabkan peningkatan temperatur bumi yang signifikan sejak kota-kota tersebut tumbuh pesat.
4. Sebuah penelitian yang dilakukan oleh Bappenas tahun 2006 menunjukkan bahwa kemacetan di Jakarta menimbulkan kerugian ekonomi sebesar Rp. 7 Trilyun/tahun yang dihitung untuk 2 (dua) sektor saja, yakni energi (Rp. 5,57 T/tahun) dan kesehatan (Rp. 1,7 T/tahun). Sementara Yayasan

Pelangi memperkirakan kerugian bisa membengkak hingga Rp. 43 Trilyun per tahun akibat menurunnya produktivitas kerja, pemborosan BBM dan pencemaran udara (Pustra, 2009).

Mengacu pada Undang-undang Lalulintas dan Angkutan Jalan Nomor 14 tahun 1992, kondisi angkutan umum massal berbasis jalan di wilayah perkotaan di Indonesia pada saat ini belum tertata dengan baik. Kinerja angkutan umum belum memadai, kualitas pelayanan belum menjadi prioritas. Prioritas utama saat ini adalah angkutan umum yang murah sehingga terjangkau oleh seluruh lapisan masyarakat. Namun seringkali alasan inilah yang digunakan untuk menurunkan kualitas pelayanan. Padahal pelayanan umum wajib diutamakan karena menyangkut hajat hidup orang banyak. Kemurahan seringkali mengorbankan keselamatan (*safety*), keandalan (*reliability*), dan kenyamanan (*comfort*) yang merupakan tiga hal terpenting dalam transportasi (Sutomo, 2008 dalam Haryono (2010)). Hal ini menyebabkan masyarakat beralih ke transportasi pribadi dibandingkan dengan transportasi umum.

Dewasa ini, pengusaha juga ikut berpartisipasi dalam industri transportasi untuk mengatasi kemacetan. Dalam jurnal yang diterbitkan oleh Candra & Sutanto (2013) terdapat survei yang dilakukan oleh *Jakarta Consulting Group* pada tahun 2004 terhadap 87 buah perusahaan keluarga yang tersebar di berbagai kota di Indonesia, diketahui bahwa 23% di antaranya bergerak dibidang *commerce and distribution*, 15% *professional service*, 14% *transportation service*, 12% *printing and publication*, dan masing-masing 11% untuk bidang manufaktur, hotel, restoran dan café serta *entertainment*. Dari data tersebut dapat kita ketahui bahwa perusahaan yang bergerak di bidang jasa transportasi memiliki persentase terbesar

ketiga. Hal ini membuktikan besarnya kebutuhan masyarakat akan jasa transportasi di Indonesia tergolong besar, sehingga banyak perusahaan yang membuka usaha di bidang jasa transportasi.

Pengusaha perlu memperhatikan dan belajar dari masa lalu untuk menciptakan *customer satisfaction* yang membutuhkan jasa transportasi umum, agar masyarakat percaya kembali pada transportasi umum. Kepuasan konsumen didefinisikan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk atau hasil terhadap ekspektasi mereka, jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi maka pelanggan merasa tidak puas, namun jika kinerja sesuai dengan ekspektasi maka pelanggan akan puas, tetapi jika kinerja melebihi ekspektasi maka pelanggan akan sangat puas atau senang (Kotler & Keller, 2009).

Kepuasan konsumen dipengaruhi dua faktor yaitu harapan dan pengalaman yang dirasakan oleh konsumen. Pengalaman yang dirasakan dipengaruhi oleh persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan, bauran pemasaran, nama merek dan citra perusahaan (Andreassen, 2007 dalam Putri (2014)).

Industri jasa memegang peranan yang penting dalam ekonomi di beberapa negara. Kualitas pelayanan dianggap sebagai strategi penting bagi kesuksesan dan keberlangsungan dalam lingkungan kompetitif global saat ini (Ramseook-Munhurrun, Lukea-Bhiwajee & Naidoo, 2010). Kualitas pelayanan dipandang sebagai salah satu komponen yang perlu diwujudkan oleh perusahaan, karena memiliki pengaruh untuk mendatangkan konsumen baru dan dapat mengurangi kemungkinan pelanggan lama untuk berpindah ke perusahaan lain. Kualitas

pelayanan didefinisikan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan (Tjiptono, 2008 dalam Sigit & Oktafani (2014)). Kualitas pelayanan juga sebagai pengukuran dari seberapa baik tingkat pelayanan diterima dan cocok dengan ekspektasi konsumen. Memberikan kualitas pelayanan berarti menyesuaikan pada harapan konsumen secara konsisten. (Lewis & Booms, 1983 dalam Parasuraman *et al.* (1985)).

Kualitas layanan memiliki 10 dimensi yang melampaui dari berbagai jenis layanan yang pelanggan gunakan dalam membentuk harapan dan persepsi layanan yang diterima, yaitu *Reliability, Responsiveness, Competence, Access, Courtesy, Communication, Credibility, Security, Understanding* dan *Tangibles*. Kemudian dikerucutkan menjadi lima dimensi yang berfungsi sebagai indikator menentukan kualitas layanan (Parasuraman *et al.* 1988 dalam Kulašin & Fortuny-Santos (2005)). Ke lima dimensi tersebut didefinisikan sebagai berikut:

1. *Tangibles*

Meliputi penampilan fisik.

2. *Reliability*

Kemampuan memberikan pelayanan yang sesuai dengan janji yang ditawarkan.

3. *Assurance*

Kemampuan karyawan atas kemampuan produk.

4. *Responsiveness*

Kesigapan karyawan dalam membantu pelanggan.

5. *Empathy*

Perhatian secara individual yang diberikan perusahaan kepada pelanggan.

Salah satu transportasi umum adalah kendaraan roda dua (sepeda motor). Sepeda motor menjadi solusi untuk menghindari kemacetan di Indonesia. Dikarenakan hanya menggunakan ruang jalan yang lebih kecil sehingga dapat menyalip dengan mudah dan efisiensi waktu tempuh perjalanan. Kendaraan roda dua ini pun menjadi salah satu bidang industri transportasi umum di Indonesia, yang dinamakan *ojek*.

Ojek sendiri di Indonesia berdiri sendiri tanpa regulasi yang jelas dari pemerintah. Hanya berdasarkan asas kepercayaan antara *driver ojek* dengan konsumen. Biasanya *ojek* dapat ditemukan dalam bentuk pangkalan di depan kompleks perumahan atau di sudut jalan maupun perempatan jalan kecil.

Dalam era serba teknologi ini, industri *ojek* pun turut serta berpartisipasi dalam memanfaatkan kemajuan teknologi. Salah satu perusahaan PT Gojek Indonesia bergerak di bidang transportasi umum roda dua dengan memanfaatkan aplikasi dalam *smartphone* yang dinamakan Go-Jek. Konsumen yang menggunakan *smartphone Android* atau *Apple* dapat mengunduh secara gratis dan melakukan registrasi untuk dapat menggunakan fitur-fitur yang disediakan oleh aplikasi Go-Jek. Konsumen dapat menentukan titik penjemputan dan titik tujuan dengan GPS yang terdapat dalam aplikasi Go-Jek tersebut. Pembayaran pun dapat dilakukan dengan beberapa cara, yaitu dengan cash atau sistem deposit dalam aplikasi Go-Jek. Hal ini merupakan salah satu terobosan dan inovasi bisnis untuk mengatasi kemacetan.

Akan tetapi dalam kenyataannya, Go-Jek masih belum memberikan pelayanan yang baik untuk konsumennya. Konsumen terkadang menemukan *driver* Go-Jek yang melakukan kecurangan terhadap konsumen yang melakukan pembayaran menggunakan sistem deposit. Saat konsumen melakukan pesanan kemudian memilih pembayaran menggunakan sistem deposit, pada saat tiba tujuan *driver* akan menekan tombol *finished* maka deposit yang dimiliki oleh konsumen akan berkurang secara otomatis sesuai dengan tarif yang sudah ditentukan berdasarkan jarak. Praktik kecurangan terjadi saat konsumen memesan kemudian *driver* tidak menyelesaikan pesanan akan tetapi tetap menekan tombol *finished*. Sehingga membuat konsumen menjadi kecewa akan pelayanan dari *driver* Go-Jek yang mewakili perusahaan PT Gojek Indonesia.

Hal ini cukup menarik dan menjadi landasan dalam melakukan penelitian guna memperoleh hipotesis apakah Go-Jek memiliki kualitas pelayanan yang baik. Oleh Saidani & Arifin (2012) melakukan penelitian yang berjudul *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Pada Ranch Market* yang mengatakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen. Oleh Sigit & Oktafani (2014) melakukan penelitian yang berjudul *Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Lapangan Futsal (Studi Kasus pada IFI Futsal Bandung)* yang mengatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dan yang terakhir oleh Putri (2014) dalam penelitiannya yang berjudul *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Citra Perusahaan Dalam Membangun Loyalitas Konsumen PT. KAI* mengatakan bahwa kualitas

pelayanan memiliki pengaruh terhadap citra perusahaan serta kepuasan konsumen dan variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen, variabel citra perusahaan memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen serta variabel kepuasan konsumen memiliki pengaruh terhadap loyalitas konsumen.

Dengan fenomena tersebut peneliti tertarik mencoba menguji apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen transportasi Go-Jek. Maka judul yang dibuat dalam penelitian ini adalah “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen (*Studi pada pengguna aplikasi transportasi Go-Jek di Universitas Kristen Maranatha Bandung*)”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka pokok masalah yang akan dirumuskan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan konsumen pada transportasi Go-Jek?
2. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen transportasi Go-Jek.
2. Untuk menguji seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi PT Gojek Indonesia bahwa penting untuk memahami kualitas pelayanan yang diberikan dapat berpengaruh pada kepuasan konsumen transportasi Go-Jek.

2. Bagi Akademisi

Penelitian ini dapat bermanfaat sebagai referensi dan pengembangan teori bagi peneliti lain yang akan meneliti tentang tema yang sama, untuk memberikan informasi secara ilmiah tentang pengaruh kualitas pelayanan pada kepuasan konsumen transportasi Go-Jek.

