

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan yang sangat pesat di bidang teknologi informasi memberikan pengaruh yang besar terhadap berbagai aspek kehidupan manusia. Pengaruh yang paling nyata terlihat pada perubahan mendasar terhadap cara orang melakukan transaksi, terutama dalam dunia bisnis. Salah satu hasil kemajuan teknologi informasi yang berkontribusi besar terhadap perubahan ini adalah internet.

Internet adalah suatu jaringan yang dipasangkan dengan alat komunikasi sehingga kita bisa berinteraksi dimanapun dan kapanpun. Dengan adanya internet, cara perusahaan melakukan transaksi berubah, dari cara lama yang prosesnya mengorbankan waktu dan biaya yang besar menjadi proses yang lebih cepat dan lebih mudah.

Kehadiran jasa transportasi berbasis aplikasi *online* yang menggunakan internet sangat berpengaruh bagi masyarakat dalam segala aktifitas secara cepat dan efisien. Salah satu bisnis yang sedang berkembang pesat dalam moda transportasi *online* saat ini adalah Go-Jek.

Go-Jek adalah perusahaan teknologi asal Indonesia yang menyediakan aplikasi layanan transportasi angkutan umum berbasis *online* yang meliputi kendaraan bermotor roda 2 maupun roda 4. Perusahaan Go-Jek hanya perusahaan teknologi yang meluncurkan aplikasi saja dan untuk kendaraannya sendiri adalah kendaraan milik mitra yang sudah bergabung di PT.Go-Jek Indonesia. Dengan aplikasi Go-Jek calon penumpang dapat dengan mudah mencari *driver* untuk menuju ke lokasi tujuan, sehingga kita tidak perlu menunggu waktu yang lama untuk mendapatkan transportasi yang diperlukan.

Go-Jek didirikan pada tahun 2011 di Jakarta dan untuk pendiri Go-Jek adalah Nadiem Makarim bersama rekannya Michaelangelo Moran. Dari tahun 2011 sampai saat ini tahun 2017 Gojek berkembang pesat dan menjadi penyedia aplikasi transportasi *online* nomor satu

di Indonesia. Dan saat ini layanan Go-Jek tersedia di berbagai wilayah : JABODETABEK, Bandung, Bali, Balikpapan, Makasar, Medan, Manado, Malang, Palembang, Surabaya, Semarang, Solo, dan Yogyakarta.

Go-Jek sendiri telah dipercaya oleh beragam pelanggan dalam membantu segala aktifitas. Sebagai perusahaan yang sedang berkembang pesat, Go-Jek sedang meningkatkan pelayanan dengan cara memberikan promosi harga yang terjangkau. Setiap waktu yang telah ditentukan oleh pihak Go-Jek, termasuk jam ramai atau tidak akan memiliki perbedaan harga dan adanya fitur baru Go-Jek *Credit* yang mudah diakses oleh pelanggan melalui aplikasi Go-Jek yang ada di *smartphone* yang disebut Go-Pay.

Kepuasan pelanggan terhadap layanan dan hasil kinerja akan sangat mempengaruhi *image* perusahaan, sehingga hal ini menjadi perhatian penting bagi perusahaan yang sedang berkembang pesat seperti Go-Jek. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, penulis memilih judul “Peranan sistem pengendalian manajemen dalam meningkatkan kepuasan pelanggan Go-Jek”.

Alasan mengapa penulis memilih judul di atas adalah karena melihat kondisi lalu lintas saat ini diperparah dengan sarana transportasi umum yang kurang memadai. Secara keseluruhan pun sarana transportasi umum yang ada belum cukup memenuhi standar kenyamanan yang dibutuhkan. Kebutuhan masyarakat untuk bisa berpindah tempat dengan cara praktis dan terjamin, telah menginspirasi Nadiem Makarim dalam membuat aplikasi transportasi *online* Go-Jek.

Pergerakan bisnis ojek *online* Go-Jek dianggap sebagai gebrakan yang memenuhi kebutuhan masyarakat terhadap akses ojek yang lebih responsif dan murah, walaupun kehadirannya menuai kontroversi penolakan dari tukang ojek tradisional, namun dukungan terhadap Go-Jek pun juga sangat besar.

Kehadiran Go-Jek yang sejalan dengan kemajuan teknologi digital yang melanda Indonesia disambut gembira oleh masyarakat. Masyarakat yang biasa diperlakukan semena-mena oleh ojek tradisional, sekarang dengan Go-Jek bisa menikmati berbagai kemudahan dan kenyamanan. Hanya dengan membuka aplikasi, masukkan tujuan, langsung muncul nominal harga yang harus dibayar.

Harganya tergolong lebih murah dan lebih pasti tanpa harus melakukan tawar-menawar seperti saat transaksi dengan ojek tradisional. Tanpa perlu repot jalan ke pangkalan ojek, Go-Jek akan menghampiri lokasi kita. Salah satu hal yang mendorong konsumen beralih dari ojek tradisional menjadi ojek online adalah tarif Go-Jek yang lebih murah dan masih ditambah dengan adanya berbagai promo dari Go-Jek itu sendiri.

Transportasi *online* yang modern memang didesain untuk mempertemukan penyedia jasa layanan dengan konsumennya. Kemudahan akses melalui aplikasi telepon seluler membuatnya menjadi lebih praktis dalam hal waktu dan biaya, serta tidak ada transaksi tawar-menawar seperti halnya ojek tradisional. Berkat kemudahan, memberikan rasa aman, dan tarifnya yang murah, akhirnya membuat transportasi *online* Go-Jek menjadi sebuah keharusan bagi masyarakat dalam melakukan segala rutinitasnya seperti ke kantor, perguruan tinggi, maupun sekolah sehari-harinya.

Munculnya Go-Jek telah menjadi penyelamat dan alternatif dari solusi kemacetan saat ini. Dengan segala kemudahan dan kenyamanannya, Go-Jek telah menjadi transportasi andalan. Namun kehadiran Go-Jek sekaligus juga menjadi ancaman bagi kelangsungan transportasi ojek tradisional, dan memunculkan banyaknya persaingan antar jasa transportasi lainnya yaitu Grab dan Uber.

Demi mengatasi persaingan tersebut, perusahaan Go-Jek selalu memberikan pelayanan terbaik bagi pelanggan-pelanggannya serta memperhatikan kebutuhan masyarakat dan kepentingan konsumen yang ingin selalu dipuaskan. Jangan sampai terjadi hal-hal yang

mengecewakan konsumen, karena mereka dapat dengan mudah beralih ke perusahaan transportasi *online* lainnya. Oleh karena itu diperlukannya pemahaman mengenai kepuasan konsumen.

Perusahaan Go-Jek mengetahui bagaimana caranya untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Dengan memahami kebutuhan, keinginan, dan permintaan pelanggan, maka akan memberi masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya (Kotler dan Amstrong , 2009). Perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. Seperti perusahaan Go-Jek yang menyatakan komitmennya terhadap kepuasan pelanggan terhadap misi dan iklannya. Maka dari itu perusahaan Go-Jek memberikan berbagai macam promo, kenyamanan pada saat berkendara, serta etika pengemudi Go-Jek sendiri terhadap konsumennya, merupakan salah satu cara untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

Kunci utama perusahaan untuk memenangkan persaingan adalah dengan memberikan nilai dan kepuasan pelanggan melalui pelayanan jasa yang berkualitas dan harga yang bersaing. Hal terpenting yang perlu diketahui konsumen di dalam proses konsumsi adalah besarnya harga jual yang ditetapkan oleh perusahaan baik produk maupun jasa.

Harga merupakan salah satu atribut penting yang dievaluasi oleh konsumen, sehingga manajer perusahaan perlu benar-benar memahami peran tersebut dalam mempengaruhi sikap konsumen. Untuk itu perusahaan Go-Jek mematok harga sebesar Rp 15.000 dengan jarak maksimal 25 km. Perusahaan menentukan harga dengan tarif yang relatif murah untuk meningkatkan minat beli konsumen. Selain harga, kualitas pelayanan juga merupakan faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen.

Perusahaan yang mengutamakan kualitas pelayanan yang baik akan berdampak pada kepuasan pelanggan (Walker , 2005,35). Kualitas pelayanan adalah sebagai usaha untuk mewujudkan kenyamanan konsumen dan memberikan harapan lebih dari sebaliknya (Ayse , 2007:53). Dengan adanya kualitas pelayanan yang telah diberikan, maka secara tidak langsung kepuasan konsumen akan terwujud.

Menurut Parasuraman (Dikutip oleh Siwi Christnanda, 2010) kualitas pelayanan adalah sebuah perbandingan dari harapan pelanggan dengan persepsi dari layanan nyata yang mereka terima. Kemudian menurut (Tjiptono, 2007) kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaianya dalam mengimbangi harapan konsumen. Ada beberapa hal yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu *Tangible, Realibility, Courtesy, Competence, Credibility, Security, Access, Communication, Responsiveness, Assurance, Empathy*, dan *Understanding the Customer*.

Dalam suatu kondisi persaingan yang ketat, hal utama yang harus diprioritaskan adalah kepuasan pelanggan yang pada akhirnya akan menarik minat pelanggan untuk membeli atau menggunakan jasa sehingga perusahaan dapat bertahan, bersaing dan menguasai pasar. Walaupun Go-Jek sudah tidak asing lagi di kalangan masyarakat khususnya kota Bandung namun jasa di bidang transportasi ini harus tetap memperhatikan kenyamanan, keamanan, serta kepuasan konsumennya. Jika konsumen puas akan pelayanan yang diberikan oleh Go-Jek maka pelanggan Go-Jek akan menggunakan jasa Go-Jek secara berulang (*repeat order*) yang kemudian bisa menjadi pelanggan yang setia (*loyal customer*) sehingga perusahaan Go-Jek Indonesia sangat berpeluang menjadi *market leader* dan hal ini akan menjadikan perusahaan semakin maju dan dipercaya oleh pelanggan di Indonesia.

Namun dalam suatu kondisi persaingan yang ketat ini, tidak menutup kemungkinan bahwa perusahaan Go-Jek akan tetap bertahan, karena perusahaan transportasi lainnya seperti Grab dan Uber mempunyai peluang untuk menjadi market leader dalam transportasi online. Maka dari itu, untuk menghindari persaingan tersebut perusahaan Go-Jek harus meningkatkan kualitas pelayanannya. Upaya yang dilakukan perusahaan Go-Jek dalam mempertahankan kualitas kepuasan pelanggan adalah dengan memberikan pelayanan yang baik. Dari sisi driver yang komunikatif, *safety riding*. Dari sisi harga yang terus bersaing dengan perusahaan transportasi lainnya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian serta penjelasan yang telah dikemukakan pada latar belakang, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Bagaimanakah peranan sistem pengendalian manajemen terhadap perusahaan Go-Jek.
- b. Bagaimana upaya perusahaan Go-Jek dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.
- c. Apakah kualitas pelayanan jasa yang meliputi *Tangible*, *Realibility*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Go-Jek.

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui peranan sistem pengendalian manajemen terhadap perusahaan Go-Jek.
- b. Untuk mengetahui upaya yang dilakukan oleh perusahaan Go-Jek dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.
- c. Untuk mendeskripsikan seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan jasa yang meliputi *Tangible*, *Realibility*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy* terhadap kepuasan pelanggan Go-Jek.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

a. Bagi penulis

Sebagai wadah untuk mengaplikasikan teori yang telah diperoleh selama studi di perguruan tinggi dengan kasus-kasus nyata di dunia pelayanan jasa.

b. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan sebagai bahan pertimbangan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

c. Bagi praktisi dan pihak lain yang terkait

Hasil penelitian dapat menunjukkan gambaran mengenai pertimbangan sejauh mana layanan yang telah diterapkan sesuai dengan apa yang telah direncanakan.

