

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Ada beberapa kebutuhan pokok, salah satunya ialah transportasi. Peningkatan infrastruktur transportasi, khususnya di perkotaan, merupakan bidang penunjang kegiatan masyarakat. Transportasi merupakan kebutuhan yang harus dipenuhi karena adanya jarak antara satu tempat dengan tempat lain.

Usaha jasa transportasi saat ini adalah salah satu pilihan kegiatan usaha yang menjanjikan dan menguntungkan di masa mendatang, dan jasa transportasi tersebut memanfaatkan perkembangan teknologi komunikasi atau disebut juga jasa transportasi berbasis komunikasi. Layanan transportasi berbasis teknologi ini berbeda dengan bisnis transportasi saat ini. Layanan transportasi berdasarkan layanan telekomunikasi ini menitikberatkan pada kecepatan, keamanan, kemudahan, dan kesederhanaan. Munculnya layanan transportasi berbasis komunikasi diharapkan bisa menjadi salah satu jalan keluar atas masalah kemacetan, sekaligus wujud dari kemajuan teknologi. Hubungan yang diharapkan dengan adanya layanan transportasi ini, masyarakat akan mengurangi penggunaan kendaraan pribadi, sehingga tidak terjadi kemacetan lalu lintas.

Dengan adanya kemajuan teknologi, transportasi online merupakan salah satu transportasi yang menjadi pilihan. Kemajuan aplikasi ataupun program yang ada di bidang teknologi internet merupakan hal yang menyebabkan transportasi online menjadi andalan banyak orang. Sebagian besar orang berpendapat bahwa transportasi online merupakan salah satu alat untuk menyelesaikan masalah kemacetan perkotaan. Banyak orang bisa mendapatkan hasil yang positif dari penggunaan aplikasi transportasi online. Transportasi online yang ada saat ini tidak bisa lepas kegiatan seluruh masyarakat. Adanya usaha jasa transportasi online membuat orang menjadi mudah melakukan kegiatan pekerjaannya sehari-hari, mulai dari jasa perjalanan, pengangkutan, ataupun layanan kesehatan. Jasa transportasi online ini mulai ada di Indonesia sejak 2014-2015, namun keberadaannya langsung membuat aplikasi ini dikenal luas oleh masyarakat.

Transportasi online adalah transportasi yang menggunakan perangkat program eksklusif yang memungkinkan pelanggan memesan alat transportasi (roda dua atau roda empat) melalui sistem perangkat lunak yanada pada smartphone. Oleh karena itu, transportasi online sangat tergantung pada perkembangan smartphone dan internet. Saat pelanggan menggunakan perangkat lunak untuk memesan, maka layar smartphone akan menampilkan secara detail pesanan misalnya jarak tempuh, harga, data pengemudi, waktu kedatangan pengemudi di lokasi pelanggan, dan juga informasi tentang perusahaan pengelola. Data pengemudi diketahui secara detail oleh perusahaan pengelola, karena perusahaan pengelola telah melakukan pembuktian dan pengecekan sebelum menjalankan kemitraan dengan pengemudi dan hal ini merupakan hal yang membuat rasa aman yang utama untuk anak-anak dan wanita.

Saat ini calon penumpang jasa transportasi online lebih mudah menunggu kendaraan yang akan ditumpangnya tanpa harus mencegat di halte pinggir jalan, atau menuju ke pangkalan ojek. Selain itu, penumpang tidak diharuskan untuk ikut serta dalam proses negosiasi pembayaran, karena tarif sudah dihitung berdasarkan jarak yang ditempuh, dan tidak perlu kuatir adanya pembayaran yang besar apabila ada kemacetan di jaln seperti pada angkutan dengan argometer. Hal ini tentunya memudahkan konsumen dalam merencanakan penggunaan angkutan sesuai dengan kebutuhannya.

Usaha pasar transportasi online di Indonesia bisa diharapkan perkembangannya di masa mendatang. Menurut Statistik, jumlah pengguna mobil online saat ini mencapai 21,7 juta, meningkat 28% dibandingkan tahun lalu. Saat ini sudah terdapat ada 100 juta lebih pengguna smartphone di Indonesia saja, dan tentunya jumlah ini akan semakin bertambah. Di samping dari sisi penggunanya, keuntungan usaha transportasi online cukup besar. Pada 2019, Statista memperkirakan pendapatan pengiriman online Indonesia akan mencapai \$ 3,63 miliar. Untuk lima tahun ke depan, pendapatan transportasi online diperkirakan naik 23 persen setiap tahun. Kalau semuanya berjalan lancar, nilai pasar transportasi online Indonesia bisa mencapai \$ 8,27 miliar pada tahun 2023 (Gumiwang, 2020).

Pada survei Top Brand Indonesia 2020 putaran kedua, ada ada dua nama rand yang menjadi top Brand pada usaha transportasi online . Dua Brand tersebut adalah Gojek 47,3% dan Grab 43,5%. Oleh karena itu Gojek bisa dikatakan sebagai market leader di bidang ini. Gojek mengungguli para pesaingnya dalam hal jumlah pengguna

dan biaya transaksi. Selain itu, layanan pengiriman makanan dan sistem pembayaran Gojek lebih banyak digunakan. Tahun 2018-2019, Total Nilai Transaksi sejumlah \$ 9 miliar, atau sekitar \$ 126 triliun, jumlah ini lebih besar dari pesaingnya. Jumlah transaksi tersebut meningkat 13,5 kali lipat dibandingkan 2016. Kenaikan ini menunjukkan bahwa model bisnis dan solusi yang dilakukan Gojek memenuhi kebutuhan konsumen (Katadata.co.id, 2019). Hal ini menunjukkan bahwa pasar yang dimiliki Gojek adalah pasar yang besar dan memiliki potensi besar untuk terus berkembang.

Pada tahun 2019 Gojek mempekerjakan 2.000.000 orang pengemudi di seluruh Indonesia sejak Maret 2019. Layanan GoFood telah menjangkau lebih dari 400.000 pengusaha kuliner yang 80% nya yaitu usaha mikro, kecil, dan menengah. Selain itu, ekosistem Gojek mencakup 60.000 penyedia layanan. Dari data 2018 diketahui Gojek telah menggunakan 1.700.000 orang pengemudi, 300.000 mitra GoFood, dan 60.000 penyedia layanan. Jika jumlahnya diharapkan menjadi dua kali lipat tahun ini, jumlah mitra pengemudi akan menjadi 3.400.000 orang. Selain itu, mitra GoFood dan penyedia layanan lainnya masing-masing ditargetkan untuk mencapai 600.000 dan 120.000 (Katadata.co.id, 2019).

GoCar adalah jasa layanan transportasi roda empat yang paling banyak digunakan. Beberapa kota besar di Indonesia sudah lebih dulu menggunakan GoCar. Tahun 2020, Gojek menambah jasa GoCar ke 10 kota besar berikutnya, dan dengan begitu GoCar telah dapat dipakai melalui aplikasi Gojek di 24 kota (Bohang, 2020)

Aplikasi Gojek mulai menampilkan layanan GoCar pada April 2016. GoCar bermitra dengan Taksi BlueBird, hal ini memungkinkan pengguna dapat membayar dengan tarif GoCar. Tetapi selanjutnya GoCar dapat dijalankan oleh para pengemudi dengan kendaraan pribadi. Kemudian pengguna juga diberikan layanan istimewa dengan GoCar L yang boleh berpenumpang 6 orang per kendaraan.

Sementara itu Gojek dengan layanan GoCar juga mendapat persaingan yang sengit. Pesaing yang paling dekat adalah GrabCar yang jumlah penggunaannya relatif hampir sama. Kompetisi aplikasi super Grab dan Gojek telah sampai puncaknya. Dua merk usaha jasa online yang besar di Asia Tenggara itu harus menghasilkan laba meskipun strategi pertumbuhan bersifat jangka pendek (wartaekonomi.co.id,2020). Pada awalnya, Gojek dan Grab memang berfokus menambah biaya operasional demi membangun basis pengguna demi meningkatkan transaksi di platform. Jasa online Uber bahkan terdepak dari pasar Asia Tenggara. Grab dan Gojek di Indonesia juga mulai

menghadapi persaingan dari aplikasi-aplikasi lokal yang memiliki konsep yang serupa.

Dalam penelitian ini, peneliti memfokuskan pada layanan GoCar, yaitu layanan unggulan untuk Gojek. Untuk menghadapipersaingan ini, diperlukan perhatian lebih pada kepuasan konsumen atau pelanggan. Menurut Kotler (2018), kepuasan konsumen adalah perasaan suka atau tidak puas yang didapat seseorang setelah membandingkan hasil suatu barang dengan hasil yang diperlukan. Jika hasilnya lebih rendah dari yang diharapkan, orang akan merasa kecewa, sebaliknya kalau memenuhi akan puas Jika hasil melampaui keinginan akan sangat puas atau puas.

Kualitas layanan merupakan faktor utama dalam keberhasilan bisnis, termasuk perusahaan jasa. Alhasil, dalam dunia bisnis saat ini, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan adalah hal yang utama bagi perusahaan. Artinya dalam mencapai kepuasan pelanggan, perusahaan berkewajiban memberikan pelayanan prima untuk mencapai tujuan bisnis. Layanan pelanggan yang baik, memuaskan dan memuaskan membantu meningkatkan loyalitas pelanggan.

Loyalitas pelanggan merupakan tujuan penting perusahaan. Loyalitas pelanggan mengarah pada sumber pendapatan tetap bagi perusahaan (dari pelanggan setia), yang meningkatkan kelangsungan hidup jangka panjang perusahaan. Dengan meningkatnya persaingan, loyalitas pelanggan menjadi faktor penting, karena sulit untuk meyakinkan pelanggan setia untuk pindah ke perusahaan lain. Loyalitas didefinisikan sebagai kemungkinan pelanggan membeli dan kemauan untuk bermitra (Kotler, 2015). Dengan demikian, loyalitas konsumen adalah kepercayaan pada produk dan loyalitas terhadap produk melalui penggunaan yang sering. Artinya konsumen terus mendapatkan keuntungan bagi perusahaan.

Peneliti tertarik melakukan penelitian ini, karena adanya hal-hal tersebut di atas , dan penelitian ini tentang “Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa Transportasi GoCar di Kota Bandung”

1.2. Rumusan Masalah

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana gambaran kepuasan Jasa Transportasi GoCar?
2. Bagaimana gambaran loyalitas Pelanggan Jasa Transportasi GoCar?
3. Bagaimana pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas Pelanggan Jasa Transportasi GoCar?

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk :

1. Melakukan analisis mengenai gambaran kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi GoCar
2. Melakukan analisis mengenai gambaran loyalitas Pelanggan Jasa Transportasi GoCar
3. Melakukan analisis mengenai pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas Pelanggan Jasa Transportasi GoCar

1.4. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberi manfaat pada :

1. Bagi Praktisi
 - a. Penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan pemahaman bagi praktisi mengenai kepuasan pelanggan.
 - b. Sebagai penerapan teori pada keadaan yang riil atau sesungguhnya yang bisa menambah wawasan bagi praktisi

2. Bagi Perusahaan

Perusahaan bisa mendapatkan gambaran mengenai kepuasan pelanggan terhadap kekuatan merek jasa transportasi Gojek, dan hal ini bisa menjadi input bagi PT. Gojek Indonesia tentang hal-hal yang berpengaruh pada loyalitas pelanggan

3. Bagi Akademisi

Para Akademisi bisa mendapatkan bantuan dalam mengembangkan penelitian-penelitian lainnya mengenai hal-hal yang dibahas dalam penelitian ini. Sehingga dapat menjadi literatur dan berguna bagi akademisi lain yang akan penelitian juga.

