

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan berkembangnya zaman yang semakin cepat dan kemajuandalam pendidikan serta perekonomian yang lebih makmur, perubahan sosial budaya masyarakat, serta perkembangan ilmu penegtahuan dan teknologi yang canggih, sara transportasi dan komunikasipun semakin mudah sehingga membuat aktivitas manusia semakin cepat dan praktis.

Di era modern seperti saat ini alat transportasi dan komunikasi tidak bisa dipisahkan dari kehidupan manusia. Karena dua hal tersebut sering digunakan untuk memperoleh segala pekerjaan manusia. Kecanggihn alat transortasi di abad 21 tidak dapat terbendung lagi. Hal ini terbukti dengan adanya berbagai bidang seperti dari bidang komunikasi. Pemanfaatan teknologi bukan hanya di bidang komunikasi saja tetapi teknologi dimanfaatkan pada bidang pendidikan, ekonomi, pertanian, keamanan, transportasi dan lain-lain.

Perkembangan zaman yang semakin pesat, semakin hari manusia semakin kreatif dan inovatif menciptakan bisnis baru, terutama bisnis yang menyediakan jasa transprtasi. Karena manusia pada zaman sekarang membutuhkan transportasi yang cepat, nyaman, aman dan mudah di temukan didaerah perkotaanseperti kota Pekanbaru yang cukup luas dan penduduknya yang lumayan padat, kemacetan sering terjadi dan masyarakat banyak yang menggunakan kendaraan pribadi sehingga memicu kemacetan tersebut. Dan

untuk masyarakat yang menggunakan jasa transportasi umum lebih jenuh ketika menghadapi kemacetan yang terjadi.

Dengan bermunculan berbagai masalah transportasi, semakin banyak pula bisnis sektor jasa yang berpeluang untuk berbisnis, seperti bisnis dalam skala besar taksi, bus sampai skali kecil becak motor, angkot ataupun ojek pangkalan. Untuk memenuhi kebutuhan akan jasa transportasi jasa tersebut, perlu adanya penyedia jasa yang memberikan pelayanan yang baik dan inovatif. Inovasi bukanlah hanya sekedar proses penciptaan sesuatu yang baru, tetapi dia juga merupakan produk actual atau outcome (hasil). Bagi bisnis penghasil jasa, outcome bukan hasil output, akan tetapi modifikasi dari pelayanan yang sudah ada. Sehingga perusahaan jasa transportasi membuat inovasi yang mempermudah masyarakat serta mempersingkat waktu perjalanan.

Jasa transportasi yang memiliki pelayanan yang cepat dari segi komunikasi untuk pemesanan, sehingga masyarakat lebih memilih jasa tersebut karena cukup mudah dan cepat. Untuk mendapatkan loyalitas para pelanggan perusahaan harus memiliki strategi pemasaran yang dan tepat agar mempengaruhi loyalitas pelanggan dalam menggunakan jasa cukup mudah dan cepat. Untuk mendapatkan loyalitas para pelanggan perusahaan harus memiliki strategi pemasaran yang baik dan tepat agar mempengaruhi loyalitas pelanggannya. Faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan dalam menggunakan jasa transportasi, diantaranya adalah kualitas pelayanan yang

diberikan, kepuasan yang didapatkan dan dirasakan oleh pelanggan, nilai yang difikirkan pelanggan.

Suatau perusahaan yang mampu memberikan pelayanan yang baik kepada planggan akan membuat citra positif bagi perusahaan. Pelayanan yang baik mendorong minat pelanggan untuk menggunakan kembali jasa tersebut sehingga tercipta loyalitas. Perusahaan yang menjual jasa berarti menjual produknya dalam bentuk kepercayaan.

Memberikan pelayanan terbaik untuk konsumen menjadi tolak ukur keberhasilan sebuah perusahaan. Perusahaan yang berhasil memasarkan produk atau jasanya kepada konsumen dengan pelayanan yang memuaskan mendapatkan brand yang baik dimata konsumen. Pelayanan yang dimaksud termasuk dari pelayanan sewaktu menawarkan produk atau jasa, pelayanan ketika memberikan jasa, pelayanan atas resiko yang terjadi saat memberikan jasa dan pelayanan lain sebagainya.

Loyalitas pelanggan juga dapat terbentuk dari kepuasan yang dirasakan adalah perasaan senang ataupun kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja atau hasil produk yang difikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan. Dalam arti lain, seseorang merasa puas apabila hasil yang didapat minimal mampu memenuhi harapannya sedangkan seseorang merasa tidak puas apabila hasil yang didapat tidak mampu memenuhi harapannya. Kepuasan yang dirasakan seseorang akan memberikan dampak terhadap perilaku pengguna kembali secara terus-menerus sehingga terbentuklah loyalitas.

GO-JEK adalah sebuah perusahaan yang bergerak dibidang pelayanan transportasi ojek. Yang bertujuan untuk menghubungkan ojek dengan penumpang ojek. Perusahaan ini berdiri pertama kali di kota Jakarta pada tahun 2011. GO-JEK merupakan perusahaan yang berjiwa sosial yang memimpin revolusi industri transportasi Ojek. Karena efektifitas tujuan perusahaan ini yang bermitra kepada pengedara Ojek yang berpengalaman semakin baik dan meningkatnya peminat pelanggan sehingga GO-JEK dikembangkan di kota-kota besar lainnya seperti khususnya daerah JABODETABEK, Bandung, Medan, Surabaya, Bali, Pekanbaru dan kota-kota lainnya. Berikut data yang berfokus pada GO-RIDE

Tabel 1.1
Jumlah Pengemudi GO-RIDE Per-Tri Wulan
di Pekanbaru 2018 (Orang)

Tahun	Periode	Jumlah	Presentase
2018	Tri Wulan I	1100	27,5
	Tri Wulan II	1900	47,5
	Tri Wulan III	750	18,75
	Tri Wulan IV	250	6,25
		4000	100

Sumber : Tribun Pekanbaru, 2018

Dari Tabel 1 terlihat bahwa pertumbuhan pengemudi (orang) Go-Ride tidak tetap, pada Tri Wulan I pertumbuhan pengemudi sebanyak 1100 orang dengan presentase 27,5%. Pada Tri Wulan II mengalami peningkatan sebanyak

1900 orang dengan presentase 47,5%. Pada Tri Wulan III mengalami penurunan sebanyak 750 orang dengan presentase 18,75%. Pada Tri Wulan IV mengalami penurunan 250 orang dengan presentase 6,25%. Maka pertumbuhan pengemudi Go-Ride dalam jumlah orang adalah fleksibel.

Kehadiran PT. GO-JEK Indonesia di kota Pekanbaru pada awal bulan April 2017 lalu, sejak keadiran GO-JEK di kota Pekanbaru menjadi alat alternative masyarakat untuk bepergian. Kantor pusatnya beralamat di Jalan Sudirman, Tangkerang Tengah, Mapoyan Damai. GO-JEK menjadi solusi utama dalam pengiriman barang, pesan antar makanan, dan bepergian etika macet. Berkiprah di kota Pekanbaru lebih kurang 1 tahun. Konsumen merasa lebih mudah dan cepat memakai GO-JEK dengan harga yang terjangkau. Melihat perkembangan konsumen yang meningkat PT. GO-JEK Indonesia *launching* GO-CAR di kota Pekanbaru pada bulan Mei 2017 lalu.

Aplikasi GO-JEK juga dapat diunduh pada smartphome yang memiliki sistem operasi iOS ataupun Android. Dengan menggunakan aplikasinya di smartphome pelanggan dapat diantar dan dijemput sesuai tujuan. Selain itu GO-JEK juga menyediakan layanan lainnya seperti GO-RIDE dan GO-CAR layanan transportasi, GO-FOOD yang dapat menjemput makanan dari cafe atau tempat makan yang tersedia, GO-MART yang digunakan untuk membelanjakan kebutuhan sehari-hari, GO-BOX dan GO-SEND layanan kurir instan dan layanan yang belum tersedia di kota Pekanbaru GO-GLAM, GO-CLEAN dan GO-MASSAGE.

Go-Ride salah satu fitur layanan Go-Jek yang berdiri pada tahun 2011 oleh seorang pemuda kreatif. Pendiri Go-Jek bernama Michaelanko dan Nadiem Makarim. Mereka mendirikan sebuah perusahaan yang diberi nama PT. GO-JEK Indonesia. Perusahaan bertujuan untuk menghubungkan ojek dengan penumpang ojek. Mereka melihat para ojek pangkalan hanya menghabiskan waktu seharian dan belum tentu mendapatkan pelanggan. Jadi mereka membuat perusahaan, untuk membuat para tukang ojek mendapatkan penumpangnya dengan cepat dan efisien. Sampai sekarang tujuan mereka memang terbukti ampuh. Tukang ojek harus lebih produktif supaya bisa mendapatkan penghasilan yang banyak.

Para tukang ojek pangkalan tersebut terkadang menunggu 5 hingga 7 jam, paling hanya mendapatkan beberapa penumpang. Pendiri Go-jek berinisiatif membuat sesuatu yang berbeda yang berbeda. Go-Jek ini menggunakan *system* yang lebih terata rapi. Awalnya Go-Jek melayani lewat *call center* saja, tetapi lambat laun Go-Jek berkembang dan membuat aplikasi Go-Jek. Dengan aplikasi ini, anda bisa memesan secara *online*, membayar secara kredit dan kredit dan mengetahui keberadaan *driver* yang akan menjemput anda. Inilah salah satu kelebihan dari Go-Jek dibandingkan dengan ojek pangkalan lain

Untuk saat ini GO-JEK tidak asing lagi di telinga masyarakat perkotaan khususnya kota Pekanbaru, sehingga penyedia jasa ini ingin membuat pelanggannya merasa nyaman dan puas. Jika konsumen puas dan nyaman, maka mereka akan menggunakan jasa ini berulang kali sampai bisa

menjadi pelanggan setia (*loyal customer*) sehingga perusahaan GO-JEK menjadi *market leader* dan perusahaan ini menjadi perusahaan yang maju serta dipercaya oleh pelanggan di Indonesia. Persaingan GO-JEK menjadi pro-kontra pada jasa transportasi umum lainnya seperti angkot, bis umum, becak motor, dan seperti transportasi online lainnya seperti Uber-Car dan Grab.

Persaingan ini menuai kontro persi terutama pada pihak betor (becak motor) dan ojek pangkalan yang melakukan aksi *swepping* pada ojek *online* dan taksi *online*. Betor dan ojek pangkalan merasa kehilangan pelanggan setelah hadirnya GO-JEK di kota Pekanbaru sehingga mereka melakukan aksi dan tindakan anarkis tersebut. Adanya persaingan ini, PT. GO-JEK Indonesia tetap memberikan pelayanan yang memuaskan pelanggan.

Emosi para pengandara yang berbasis angkutan konvensional terhadap para angkutan berbasis *online* kian terlihat langsung di depan Mall SKA, Jalan Soekarno Hatta, Pekanbaru, Minggu (20/8/2017) sore. Pemicunya akibat aksi *swepping* yang dilakukan pengemudi taksi konvensional terhadap pengemudi GO-JEK dan taxi online, yang menyebabkan seorang sopir taksi online dipukul saat melintas dilokasi kejadian. Pengemudi angkutan konvensional meminta pengemudi taxi online keluar dari kendaraannya serta merusak mobil korban dan memukul pengemudi taksionline. Tak terima, pengemudi *online* langsung menghubungi rekan-rekannya. Seketika, persimpangan Mall SKA dipenuhi masa kedua kubu. Kericuhan dan bentrok sempat terjadi sebelum polisi turun ke lokasi untuk memisahkan.

Senin (21/8/2017) pagi, angkutan berbasis konvensional menggelar aksi unjuk rasa di depan kantor Walikota Pekanbaru. Mereka menuntut pemerintah menghentikan operasional angkutan berbasis *online* di kota Pekanbaru.

GO-JEK di Pekanbaru harus menyadari bahwa kunci sukses melakukan bisnis di bidang jasa transportasi adalah pelayanan yang baik kepada konsumen yang akan memberikan *image* atau citra yang baik bahwa perusahaan menghargai keberdaan konsumen, di samping itu perusahaan memperhatikan faktor kenyamanan yang menunjang kecepatan, kelancaran dan tarif yang memadai. Penentuan tarif juga merupakan salah satu keputusan paling penting, selain juga merupakan hal yang sulit karna terdapat berbagai faktor yang harus dikaji ulang dalam mempertimbangkan penentuan tarif.

Memberikan kepuasan kepada konsumen dalam memenuhi kebutuhan, keinginan serta harapan mereka merupakan hal terpenting bagi perusahaan untuk menghadapi persaingan. Salah satu untuk merebut pangsa pasar adalah memperoleh konsumen sebanyak-banyaknya. Kenyamanan dan keamanan juga menjadi faktor dalam meraih konsumen. Perusahaan akan berhasil memperoleh pelanggan dalam jumlah banyak apabila dinilai dapat memberikan kepuasan bagi konsumen.

Berdasarkan uraian diatas penulis tertarik membuat penelitian berjudul ***“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Transportasi Ojek Online (GO-JEK) Di Pekanbaru”***

1.2. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka rumusan masalah pada peneliti ini adalah : ***“Faktor-faktor Apa Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Transfortasi Ojek Online (GO-JEK) Di Pekanbaru”***

1.3. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui analisisfaktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa tarnsportasi Ojek *Online*(GO-JEK) di Pekanbaru.

1.3.2. Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang berarti bagi Ojek *Online* Pekanbaru sebagai bahan evaluasi dalam meningkatkan kepuasan konsumen.

2. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan mampu menambah ilmu pengetahuan, khususnya bidang pemasaran dalam kaitannya dengan kepuasan konsumen.

3. Bagi Penulis Lain

Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi referensi tambahan untuk pihak-pihak yang ingin mempelajari faktor-faktor kepuasan konsumen.

1.4. Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini berisikan tentang latar belakang masalah perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II : TELAAH PUSTAKA

Pada bab ini dijelaskan kepuasan pelanggan, pemasaran jasa dan transportasi serta teori-teori lainnya yang relevan dengan penelitian ini. Serta di akhiri dengan rumusan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan mengenai penelitian yang terjadi terdiri dari lokasi penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, populasi dan sampel serta analisis data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Pada bab ini dijelaskan tentang sejarah singkat perusahaan dan struktur organisasi.

BAB V : ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini merupakan bab yang memberikan hasil penelitian tentang faktor-faktor kepuasan konsumen.

BAB VI : PENUTUP

Pada bab ini akan dikemukakan beberapa kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian dan saran-saran yang mungkin berguna bagi perusahaan dan pembaca.