

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Di era revolusi industri 4.0 dan *society* 5.0 masyarakat mempunyai aktivitas dan kesibukan yang semakin padat. Revolusi industri ditandai peran teknologi mengambil alih hampir sebagian besar aktivitas perekonomian dan *society* 5.0 adalah era dimana semua teknologi merupakan bagian dari manusia itu sendiri. Untuk dapat melakukan aktivitas tentunya masyarakat membutuhkan alat transportasi. Transportasi merupakan sarana yang sangat dibutuhkan pada zaman sekarang, karena dengan adanya transportasi dapat mengefektifkan pekerjaan dan membantu dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Ketergantungan masyarakat terhadap transportasi sangat tinggi, dengan alasan mempersingkat waktu perjalanan. 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 bisnis yang sedang berkembang saat ini adalah bisnis jasa transportasi dengan sepeda motor atau yang dulu biasa disebut ojek. Jika dahulu ojek dikelola secara konvensional dan kepemilikan tunggal, sekarang muncul bisnis baru taxi motor yaitu suatu usaha komersial, yang menyediakan jasa transportasi bagi umum dan dikelola secara profesional.

Secara umum kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Menyenangkan pelanggan adalah masalah bagaimana melampaui harapan pelanggan. Kotler dan Keller (2018: 54). Jika kinerja gagal untuk memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi maka, pelanggan akan sangat puas atau senang.

Salah satu faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan. Menurut Parasuraman, dkk., dalam Kotler dan Keller (2018: 56) kualitas pelayanan mencakup beberapa aspek yang meliputi: kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal (*tangible*), kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya memuaskan (*reliability*), suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsiveness*), pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan (*assurance*), memberikan perhatian yang tulus atau bersifat pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen (*empathy*).

Kualitas pelayanan yang baik dapat menjadi keunggulan bersaing bagi perusahaan jasa. Kualitas pelayanan juga merupakan kunci untuk mencapai kesuksesan. Baik tidaknya kualitas pelayanan barang atau jasa

tergantung pada kemampuan produsen dalam memenuhi harapan konsumen secara konsisten. Kualitas pelayanan dikatakan memuaskan jika layanan yang dirasakan sama atau melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan. Pelayanan yang seperti inilah yang dipersepsikan sebagai pelayanan berkualitas dan memuaskan. Lupiyoadi dan Hamdani (2009: 65), juga mengemukakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, dimana pelayanan yang baik berakibat lebih besar terhadap kepuasan pelanggan. Harapan konsumen tercermin pada pelayanan yang baik, ramah tamah, sopan santun, ketepatan waktu, dan kecepatan menjadi nilai penting yang diharapkan oleh para konsumen. Konsumen yang merasa puas secara tidak langsung akan mendorong terjadinya rekomendasi dari mulut ke mulut, bahkan dapat memperbaiki citra perusahaan di mata konsumen. Oleh karena itu, kualitas pelayanan harus menjadi fokus utama perhatian perusahaan karena dapat menciptakan kepuasan konsumen.

Berawal dari banyaknya jasa transportasi yang bermunculan mengakibatkan semakin kuat pula persaingan yang dihadapi oleh para pengemudi ojek. Hampir disetiap sudut jalan besar dan area kampus banyak ditemui para pengemudi ini. Apabila dicermati ada banyak hal yang harus dibenahi dalam layanan ojek yang ada saat ini khususnya masalah pelayanan dan kesopanan. Muncul ide perusahaan taxi motor, dengan memberi nilai tambah yang berbeda dengan ojek umumnya. Dikelola secara profesional, dengan menyediakan *call center* dan kantor. Pelayanan

yang diberikan memang lebih standar seperti standar keselamatan, etika kesopanan pengemudi dan yang termasuk penting tarif yang sudah baku.

Perusahaan ojek *online* yang sedang meningkat pesat yaitu Gojek, Gojek merupakan perusahaan yang didirikan oleh anak bangsa yang bernama Nadiem Makarim pada bulan Oktober 2010, yang bertujuan untuk mengurangi pengangguran di Indonesia dan menjadi solusi kemacetan di ibukota. Cara kerja Gojek yaitu menggunakan aplikasi yang terhubung dengan internet. Para pelanggan tidak perlu menunggu dipinggir jalan atau mendatangi ke pangkalan ojek. Pemesanan melalui aplikasi Gojek sesuai kebutuhan. Gojek siap untuk melayani pelanggan yang berada dimana saja.

Gorontalo mempunyai transportasi gojek yang menggunakan kendaraan bentor atau becak motor, bentor merupakan sarana transportasi yang ada sejak tahun 1999 sampai dengan sekarang, bentor pertama kali dimodifikasi oleh siswa STM untuk digunakan sebagai transportasi umum. Perusahaan Gojek di Gorontalo lebih memilih bentor sebagai alat transportasi *online*, alasan dipilihnya bentor untuk melestarikan kearifan lokal.

Perusahaan gojek telah melakukan peningkatan kualitas pelayanan, sehingga berdampak pada bertambahnya jumlah pengguna gojek diseluruh wilayah Indonesia khususnya di kota Gorontalo mengalami peningkatan jumlah pengguna gojek yang semakin hari semakin bertambah seiring dengan banyaknya keinginan dan kebutuhan masyarakat yang belum terpenuhi.

Alasan mengapa masyarakat memilih gojek sebagai transportasi *online*, karena cara pemesanannya yang praktis, dan keamanan berkendara, kecepatannya sampai tujuan, harganya terjangkau dan sesuai, pelayanan driver terhadap pengguna sopan dan ramah, ini menjadi alasan penting bagi masyarakat untuk lebih memilih gojek sebagai salah satu alat transportasi *online*.

Sementara disisi lain, transportasi konvensional mulai jarang digunakan karena masih adanya sistem tawar menawar antara konsumen dan sipemberi jasa, namun dengan adanya transportasi *online*, rata-rata masyarakat lebih memilih transportasi *online*, karena sudah diatur dari segi tarif setiap perkilometer, dan mudah dipesan dengan hanya melalui aplikasi yang sudah tersedia. Perusahaan gojek dituntut untuk selalu menjaga kepercayaan konsumen dengan meningkatkan kualitas pelayanan agar kepuasannya meningkat. Dan dengan meningkatkan kualitas pelayanan, konsumen akan puas dan akan menggunakan jasa transportasi ojek *online* khususnya gojek secara berulang.

Berdasarkan uraian di atas peneliti akan melakukan kajian ilmiah mengenai pelayanan jasa ojek *online* yaitu Gojek dengan mengangkat judul yakni **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Transportasi Ojek *Online* Gojek Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo.”**

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, dapat ditarik indentifikasi masalah sebagai berikut:

- 1.2.1 Pemesanan berbasis ojek *online* dilakukan menggunakan smartphone android yang memiliki aplikasi gojek, hal ini berdampak akan terbatasnya masyarakat yang dapat mengakses dan menikmati jasa gojek.
- 1.2.2 Harga yang tidak sesuai dengan jarak tempuh.
- 1.2.3 Keberadaan gojek yang hanya terpusat dikota dan belum masuk sampai ke ujung kota, berdampak pada sulitnya masyarakat dalam melakukan pemesanan.
- 1.2.4 Pelayanan dan keramahan driver Gojek.

## **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna jasa transportasi ojek *online* Gojek?”

## **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah tersebut maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna jasa transportasi ojek *online* Gojek.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

Dengan adanya penelitian ini diharapkan:

- 1.5.1 Bagi peneliti, diharapkan bisa lebih mengembangkan wawasan dan pengetahuannya mengenai kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan dalam pelayanan jasa.
- 1.5.2 Bagi organisasi/perusahaan, diharapkan bisa lebih memahami pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam pelayanan jasa.
- 1.5.3 Bagi masyarakat umum, diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan mengenai kualitas pelayanan dan kepuasan serta dapat digunakan sebagai referensi untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.