

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era modern ini transportasi sangat dibutuhkan oleh masyarakat, karena dengan adanya transportasi maka dapat membantu dan melancarkan segala aktivitas atau pekerjaan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Semakin baik dan tertatanya transportasi di suatu daerah maka akan semakin baik pula perekonomiannya (Rahman, 2017). Dari berbagai jenis alat transportasi di Indonesia seperti darat, laut, dan udara, transportasi darat merupakan alat transportasi yang paling sering digunakan oleh masyarakat karena biayanya yang murah.

Ketergantungan masyarakat yang tinggi terhadap transportasi khususnya transportasi darat, menjadi salah satu alasan perusahaan-perusahaan jasa untuk mengembangkan bisnis transportasi yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat saat ini. Agar bisa memenuhi kebutuhan akan jasa transportasi tersebut, perlu adanya penyedia jasa yang mampu memberikan pelayanan yang baik dan inovatif. Oleh karenanya perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang jasa harus membuat inovasi yang bisa mempermudah masyarakat serta mempersingkat waktu perjalanan. Agar inovasi-inovasi tersebut bisa diwujudkan, perusahaan harus mampu memanfaatkan teknologi informasi yang ada saat ini.

Teknologi informasi adalah segala bentuk teknologi yang diterapkan untuk memproses dan mengirimkan informasi dalam bentuk elektronik. Sedangkan pemanfaatan teknologi informasi merupakan manfaat yang diharapkan oleh

pengguna sistem informasi dalam melaksanakan tugasnya dimana pengukurannya berdasarkan pada intensitas pemanfaatan, frekuensi pemanfaatan dan jumlah aplikasi atau perangkat lunak yang digunakan.

Seiring berkembangnya teknologi informasi dan tuntutan kebutuhan yang semakin kompleks membuat teknologi informasi mengalami perkembangan yang sangat pesat. Perkembangan pesat teknologi telah menciptakan cara baru yang menarik untuk mempelajari dan melacak konsumen dan menciptakan produk atau jasa yang diperuntukkan bagi kebutuhan konsumen perorangan. Teknologi juga sangat membantu perusahaan dalam mendistribusikan produk secara lebih efektif dan efisien.

Salah satu kemajuan teknologi informasi yang bisa dirasakan saat ini adalah internet. Internet sangat berpengaruh besar terhadap perusahaan, karena dengan melalui internet segala kegiatan dalam proses bisnis bisa dilakukan dengan cepat dan mudah. Meningkatnya internet di tengah-tengah pertumbuhan penduduk yang begitu pesat, membuat aktivitas masyarakat menjadi lebih efisien. Salah satu bisnis yang memanfaatkan internet sebagai pilar dalam menjalankan perusahaan adalah perusahaan yang bergerak di bidang jasa transportasi *online*

Transportasi *online* mulai muncul pada pertengahan tahun 2014. Dimulai dari ojek *online* yang saat ini sudah hampir ada diseluruh wilayah Indonesia, seperti Go-jek, Grab, Uber, Maxim dan masih banyak lagi transportasi *online* yang mulai bermunculan. Transportasi *online* adalah suatu penyelenggaraan lalu lintas dan angkutan jalan yang berjalan dengan mengikutsertakan atau memanfaatkan

perkembangan ilmu pengetahuan (teknologi) berbasis aplikasi dan *online* baik untuk pemesanan maupun pembayaran.

Tingginya minat konsumen dalam penggunaan transportasi *online* ini membuat perusahaan-perusahaan berbasis jasa transportasi *online* berlomba-lomba dalam menciptakan inovasi atau terobosan baru untuk menarik konsumen. Salah satu Perusahaan ojek *online* yang sedang meningkat pesat dan paling diminati di Gorontalo saat ini adalah Grab.

Grab didirikan pada tahun 2011 oleh Anthony dan Hong Ling Tan di Malaysia. Grab atau yang sebelumnya dikenal sebagai *GrabTaxi* merupakan aplikasi interaktif di beberapa negara di Asia Tenggara, yang dapat digunakan dengan mudah melalui via *smartphone* yang menjadi mediasi untuk mempertemukan kebutuhan penumpang sebagai pengguna jasa dengan pengemudi dan mobil/motor sebagai penyedia jasa transportasi. Aplikasi Grab sendiri bisa di unduh di *Google Playstore* ataupun *Appstore*.

Grab hadir di Indonesia pada pertengahan 2014 sebagai *Social Entrepreneurship Inovatif* untuk mendorong perubahan sektor transportasi informal agar dapat beroperasi secara profesional. Pelayanan pertama dari Grab yaitu *GrabTaxi*, dan seiring berjalannya waktu Grab mulai meng-*upgrade* layanannya dengan memunculkan beberapa pelayanan lainnya seperti *GrabCar*, *GrabBike*, *GrabFood*, *GrabExpress*, *GrabTickets*, dan *GrabInsurance* dan masih banyak lagi fitur-fitur lainnya. Salah satu layanan yang paling sering diminati oleh masyarakat saat ini adalah *GrabBike*.

GrabBike merupakan layanan transportasi *online* roda dua yang dapat membantu dan memfasilitasi segala aktivitas masyarakat. Dengan Grabbike pelanggan tidak perlu repot lagi harus pergi ke pangkalan ojek terlebih dahulu, semua bisa langsung dicari melalui aplikasi Grab. Di Gorontalo sendiri GrabBike telah dipercaya beragam pengguna dalam membantu aktivitas mereka. Oleh sebab itu pengguna GrabBike di Gorontalo semakin bertambah setiap waktunya dari berbagai kalangan, baik pelajar, mahasiswa, maupun orangtua.

Banyaknya layanan yang ditawarkan oleh Grab kepada pelanggannya membuat segala aktivitas yang dijalankan akan lebih mudah. Kualitas pelayanan yang baik dapat menimbulkan kelebihan dalam suatu perusahaan sehingga mampu bersaing dengan perusahaan jasa lainnya. Kualitas layanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk jasa, manusia, proses dan lingkungan yang mampu memenuhi dan atau melampaui harapan konsumen/pelanggan (Tjiptono, 2016:113).

Baik atau buruknya kualitas pelayanan barang atau jasa tergantung pada kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen. Kualitas pelayanan dikatakan baik apabila layanan yang diberikan sama atau melebihi ekspektasi pelanggan. Harapan pelanggan tercermin pada pelayanan yang baik, ramah tamah, sopan santun, perhatian yang tulus kepada pelanggan, komunikasi yang baik, dan kemampuan memberikan pelayanan dengan cepat. Pelayanan seperti inilah yang disebut sebagai pelayanan yang berkualitas dan memuaskan. Oleh karena itu, kualitas pelayanan harus menjadi fokus utama bagi perusahaan karena dapat menciptakan kepuasan pelanggan.

Pelanggan merupakan satu-satunya yang dapat menilai baik tidaknya kualitas pelayanan. Pelanggan menilai pelayanan tersebut dengan cara membandingkan pelayanan yang mereka terima dengan pelayanan yang mereka harapkan. Seperti yang dikatakan oleh Kotler & Keller (2017) bahwasanya kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang diperkirakan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Bila pelanggan merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan maka akan membuat pelanggan atau konsumen tersebut akan kembali lagi untuk melakukan pembelian ulang (*rebuying*), dengan kata lain perusahaan yang dapat memuaskan konsumen akan memiliki konsumen yang loyal.

Salah satu untuk merebut pangsa pasar adalah memperoleh konsumen sebanyak-banyaknya. Saat ini banyak perusahaan yang semakin memahami pentingnya kepuasan pelanggan dan menjalankan strategi yang mampu memberikan kepuasan bagi pelanggannya. Oleh karena itu perusahaan harus mampu memberikan pelayanan yang terbaik agar konsumen merasa terpuaskan. Kenyamanan dan keamanan juga menjadi faktor dalam meraih konsumen.

Kepuasan pelanggan merupakan faktor yang sangat penting bagi perusahaan, karena jika pelanggan puas terhadap pelayanan yang diberikan maka akan mempengaruhi *income* suatu perusahaan. Kepuasan pelanggan menjadi satu tuntutan pada perusahaan jasa, pelanggan yang puas akan menjadi *marketing force* bagi perusahaan, artinya kepuasan pelanggan bisa memberikan dampak positif terhadap perusahaan melalui *word of mouth*.

Berikut ini data *Top Brand Index* (TBI) transportasi *online* (Grab) dalam 3 tahun terakhir:

Tabel 1.1
Kepuasan Pelanggan Transportasi *Online* (Grab)
2018-2020

Jasa Transportasi <i>Online</i>	Tahun	Persentase (%)
Grab	2018	48.0%
	2019	43.5%
	2020	43.1%

Sumber: www.topbrand-award.com

Berdasarkan data *Top Brand Index* (TBI) di atas, menunjukkan bahwa Grab Indonesia terus mengalami penurunan dari tahun 2018 sampai dengan tahun 2020 yang dilihat dari sisi kepuasan pelanggan. Pada tahun 2018 Grab memiliki persentase yang tinggi yaitu dengan 48%. Namun, pada tahun 2019 persentase Grab mengalami penurunan yang signifikan yaitu menjadi 43,5%. Dan pada tahun 2020, terjadi lagi penurunan dengan persentase 43,1%. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, salah satunya adalah kurangnya kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan Grab sehingga mengakibatkan adanya ketidakpuasan pada pelanggan. Adanya ketidakpuasan inilah menyebabkan berkurangnya pengguna Grab, seperti kesesuaian harapan terhadap jasa yang diberikan akan berkurang, berkurangnya minat untuk berkunjung kembali, dan kesediaan untuk merekomendasikan kepada teman atau keluarga juga akan berkurang. Jika hal tersebut dibiarkan tentunya akan membuat konsumen tidak puas. Untuk itu sebagai penyedia jasa pelayanan berbasis aplikasi, Grab harus menerapkan strategi-strategi dalam memberikan pelayanan

yang lebih maksimal. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik di dalam suatu perusahaan, maka akan menciptakan kepuasan bagi para pelanggannya.

Penelitian ini mengacu pada penelitian Lisdayanti pada tahun 2018 tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen *Taxi Online* (Grab) di Makassar. Namun ada Perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian sekarang dimana peneliti menambahkan teori dari Tjiptono (2016) dalam mengidentifikasi kesenjangan-kesenjangan yang menyebabkan kegagalan dalam penyampaian jasa.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Transportasi *Online* (Grab) Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo”**.

1.2 Identifikasi Masalah

1. Terjadi penurunan kepuasan pelanggan dari tahun 2018 sampai tahun 2020.
2. Adanya ketidakpuasan dari penggunaan transportasi *online* (Grab)

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan di atas maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah: ”Apakah terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan Transportasi *Online* (Grab) terhadap Kepuasan Pelanggan pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo”.

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk: “Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan Transportasi *Online* (Grab) terhadap Kepuasan Pelanggan pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo”.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a. Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dalam hal pengembangan wawasan tentang kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Disamping itu diharapkan pula dapat digunakan sebagai tambahan referensi untuk penelitian sejenis di masa yang akan datang.
- b. Bagi peneliti, penelitian ini dapat menjadi hasil karya untuk memperbanyak wawasan pengetahuan tentang kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam bisnis jasa.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi perusahaan, penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan dalam sistem peningkatan kualitas pelayanan yang kemudian dapat memberikan kontribusi lebih baik bagi perusahaan.
- b. Bagi konsumen, penelitian ini dapat menjadi pertimbangan untuk melakukan pembelian jasa pertama kali dan pembelian ulang (*repeat buying*), yaitu dengan memeriksa apakah ada pengaruh positif dari dimensi kualitas pelayanan yang berpengaruh secara signifikan saat ingin menentukan akan menggunakan jasa transportasi *online*.