

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Transportasi merupakan sarana pendukung pertumbuhan ekonomi disuatu daerah bahkan disuatu Negara. Semakin baik dan tertatanya transportasi di suatu daerah akan semakin baik pula perekonomiannya. Dengan adanya pertumbuhan penduduk yang semakin meningkat, kebutuhan akan jasa transportasi akan semakin meningkat pula, hal ini lah yang menyebabkan semakin berkembangnya bisnis jasatransportasi.

Pada saat ini transportasi umum serasa kurang didukung oleh pemerintah, mulai dari kendaraan yang tidak layak jalan, sopir yang tidak tertib dan rawannya tindak kriminal sehingga orang takut memakai jasa transportasi umum. Oleh karena itu masyarakat lebih memilih menggunakan transportasi pribadi untuk beraktivitas dalam kehidupan sehari-hari, tak heran apabila seiring bertambahnya jumlah penduduk lama-kelamaan volume kendaraan akan meningkat dan menimbulkan kemacetan karena tidak sebanding pembangunan jalan dengan volume kendaraan yang bisa berdampak melambatnya roda perekonomian. Untuk mengurangi tingkat kemacetan banyak program kerja pemerintah pusat maupun pemerintah daerah merencanakan peralihan dari kendaraan pribadi ke kendaraan umum.

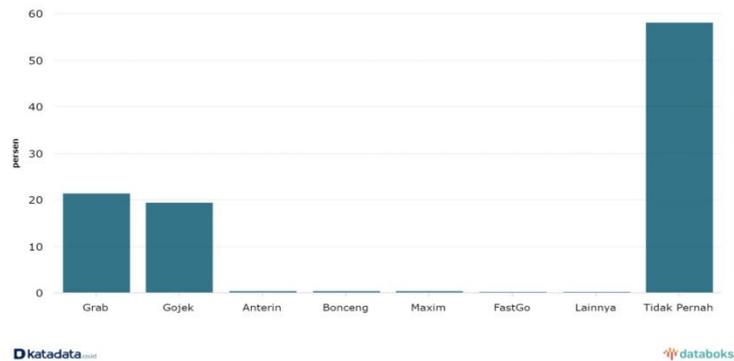
Perkembangan transportasi umum saat ini mencakup bisnis skala besar seperti taxi, bus, dan bisnis skala kecil seperti ojek konvensional yang dirasa sudah ketinggalan zaman dan dirasa kurang memenuhi kebutuhan para pengguna. Banyak keluhan terhadap transportasi umum seperti pelayanan

yang kurang memuaskan, fasilitas tidak mendukung, tidak efektif digunakan untuk beraktivitas dan masih banyak lagi. Oleh karena itu perlu adanya penyedia jasa yang memberikan layanan yang lebih baik serta inovatif. Pembaharuan tersebut bukan hanya penciptaan sesuatu yang baru, tetapi juga merupakan produk aktual atau outcome. Bagi suatu jasa, *outcome* bukan merupakan suatu hasil output, melainkan modifikasi dari pelayanan yang sudah ada (Tjiptono, 2012).

Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat jumlah penduduk Indonesia kurang lebih mencapai 268 juta jiwa. Berdasarkan data eMarketer Pada 2018, tercatat jumlah pengguna internet aktif mencapai 123 juta orang. Sejalan dengan majunya teknologi informasi dan komunikasi, teknologi dalam bidang transportasi pun mulai berkembang. Saat ini banyak bermunculan jasa transportasi berbasis online di Indonesia seperti gojek, grabbike, grabtaxi, uber, dan lain-lain.

Hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) periode 2019-kuartal II/2020 mencatat, Grab dan Gojek menjadi layanan aplikasi transportasi online yang paling sering digunakan oleh masyarakat. Ada 21,3% responden yang mengaku sering menggunakan aplikasi Grab untuk bepergian. 19,4% responden mengaku kerap menggunakan aplikasi Gojek saat hendak bepergian. Responden yang memilih layanan aplikasi transportasi online lainnya, seperti Anterin, Bonceng, Maxim, dan FastGo berkisar di rentang 0,1%-0,3%. Adapun, 58,1% responden mengaku tak pernah menggunakan layanan aplikasi transportasi online. Survei APJII

melalui kuesioner dan wawancara terhadap 7.000 sampel, dengan tingkat toleransi kesalahan (margin of error) 1,27%. Riset dilakukan pada 2-25 Juni 2020.



Sumber : Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), 9 November 2020

Gambar 1. 1 Hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) periode 2019-kuartal II/2020

Gojek merupakan salah satu penyedia layanan jasa transportasi berbasis online melalui aplikasi yang tersedia pada sistem operasi iOS dan Android. Dibandingkan dengan kompetitor di bidang transportasi dan jasa berbasis online Gojek memiliki banyak sekali fitur yaitu:

1. Go-Ride merupakan layanan jasa transportasi menggunakan sepeda motor, kelebihan dari Go-Ride lebih mudah, dan lebih cepat, karena menggunakan sepeda motor.
2. Go-Car merupakan layanan jasa transportasi menggunakan mobil, samaseperti kebanyakan taksi yang ada namun, Go-Car memiliki kelebihan tersendiri yaitu dapat diakses secara online.
3. Go-Food merupakan layanan jasa pesan antar yang menggunakan sepeda motor, yang telah terdaftar di 30.000 restoran.

4. Go-Send merupakan layanan jasa kurir yang dapat digunakan untuk mengirim Surat dan barang.
5. Go-Mart merupakan layanan pembelian berbagai jenis barang, dari berbagai macam toko.
6. Go-Box merupakan layanan jasa pindah barang dalam ukuran besar dengan menggunakan truk bak/blind van.
7. Go-Massage merupakan layanan jasa pijat kesehatan yang langsung datang kerumah.
8. Go-Clean merupakan layanan jasa kebersihan untuk kantor, rumah dan kamar kos.
9. Go-Glam merupakan layanan jasa perawatan kecantikan yang bisa datang langsung ke rumah.
10. Go-Tix merupakan layanan informasi acara dan film dengan akses pembelian dan pengantaran tiket langsung ke rumah.
11. Go-Busway adalah layanan untuk memonitor jadwal layanan bus busway dan memesan GO-Ride untuk mengantar anda kesana.
12. Go-Auto adalah layanan auto care, auto service, serta towing dan emergency untuk memenuhi kebutuhan otomotif.
13. Go-Med adalah layanan untuk memperoleh obat-obatan, vitamin, suplemen dan kebutuhan medis lainnya yang terjamin, sesuai dengan resep dokter.
14. Go-Shop adalah layanan belanja untuk membeli barang apapun dari toko manapun.

15. Go-Pulsa adalah layanan pengisian pulsa langsung dari aplikasi dengan menggunakan mode pembayaran Go-Pay.

Gojek bermitra dengan 2.000.000 lebih driver yang tersebar hampir di seluruh daerah di Indonesia. Gojek menerapkan sistem bagi hasil dengan pembagian penghasilan 80% untuk driver Gojek dan 20% untuk perusahaan Gojek.

Kepuasan menurut Kotler dan Keller, (2016) adalah keadaan emosional, reaksi pasca penggunaan mereka dapat berupa kemarahan, ketidakpuasan, kejengkelan, kegembiraan atau kesenangan. Mengingat Gojek adalah perusahaan jasa yang begitu diminati maka kepuasan pelanggan menjadi tolak ukur keberhasilan perusahaan. Semakin tinggi tingkatkepuasan yang dirasakan pelanggan, maka keuntungan yang didapat perusahaan semakin besar, karenapelanggan akan melakukan pembelian ulang/order kembali terhadap produk atau jasa. Namun, apabila tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan kecil, maka terdapat kemungkinan bahwa pelanggan tersebut akan pindah ke produk/jasa pesaing. Penawaran akan berhasil jika memberikan nilai dan kepuasan kepada pengguna sasaran. Pengguna memilih penawaran yang berbeda-beda berdasarkan presepsinya akan penawaran yang memberikan nilai yang paling besar.

Gojek sebagai sebuah perusahaan jasa harus memperhatikan kepuasan setiap pelanggannya. Namun di tengah animo masyarakat yang tinggi terhadap jasa Gojek terdapat banyak keluhan pelanggan yang merasa tidak puas atau merasa kecewa dalam menggunakan jasa Gojek.

Menurut survei terdahulu yang telah dilakukan peneliti, di Kota Yogyakarta setidaknya ada 14 orang dari 30 responden yang berhasil diwawancarai merasa tidak puas terhadap jasa Gojek. Responden yang merasa jasa Gojek belum memuaskan rata-rata memiliki keluhan tentang driver Gojek, antara lain driver Gojek yang mengemudikan kendaraannya tidak tertib, driver Gojek tidak bisa dihubungi disaat order jasa Gojek, driver Gojek kurang menjaga kebersihan dirinya maupun perlengkapan yang akan dipakai oleh pelanggan, pemakaian bahasa yang digunakan para driver yang kurang dimengerti oleh pelanggan, tidak sesuainya nomer kendaraan yang tertera di aplikasi dengan kendaraan yang digunakan oleh driver dan yang lebih parah lagi terdapat masalah privasi dimana banyak keluhan pelanggan yang merasa dirinya diteror oleh oknum yang tidak bertanggung jawab karena data yang seharusnya dijaga oleh Gojek di dalam aplikasi tersebut bocor dan informasi yang bersifat pribadi seperti nomor alamat rumah dan nomor telepon bisa dilihat pada driver Gojek yang tujuannya semula memudahkan penjemputan pelanggan rentan disalah gunakan oleh oknum yang tidak bertanggung jawab.

Banyak faktor yang menumbuhkan kepuasan pelanggan antara lain yaitu kenyamanan, kualitas sistem informasi, profesional, jaminan, keamanan, harga, dan kualitas pelayanan. Dari banyaknya faktor yang menumbuhkan kepuasan pelanggan, peneliti tertarik kepada tiga faktor yang akan menumbuhkan kepuasan pelanggan. Faktor tersebut yaitu kualitas sistem informasi, harga dan kualitas pelayanan. Dengan kualitas sistem informasi yang baik, pelanggan akan merasa dimudahkan dengan penggunaan sistem

informasi yang dibuat oleh penyedia jasa. Hal ini akan menumbuhkan kepuasan. Harga yang terjangkau akan menimbulkan ketertarikan pelanggan dan memberikan rasa keuntungan ekonomis dalam menggunakan jasa tersebut. Pelayanan yang memuaskan pelanggan secara konsisten akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Apabila secara konsisten kualitas sistem informasi, harga serta pelayanan itu dirasakan berkualitas maka pelanggan akan merasa puas. Kepuasan sangat penting bagi perusahaan agar pelanggan mau memakai kembali memakai jasa tersebut tanpa khawatir dan akan menumbuhkan loyalitas konsumen. Semakin besar kepuasan konsumen akan menciptakan loyalitas yang berdampak pada pendapatan yang meningkat bagi perusahaan.

Faktor yang menumbuhkan kepuasan salah satu contohnya yaitu kualitas sistem informasi. Sistem informasi menurut Nash dikutip dalam Susanto (2004) adalah kombinasi dari manusia, fasilitas atau alat teknologi, media, prosedur dan pengendalian yang bermaksud menata jaringan komunikasi yang penting, proses atau transaksi tertentu dan rutin, membantu manajemen dan pemakai intern dan ekstern dan menyediakan dasar pengambilan keputusan yang tepat. Jadi sistem informasi yang tersedia harusnya berkualitas mulai dari manusia, fasilitas, media, prosedur dan pengendalian agar terciptanya tujuan sistem informasi yaitu untuk mempermudah kegiatan aktifitas yang dilakukan oleh pemakai system informasi.

Kualitas sistem informasi dan kualitas pelayanan adalah hal penting dalam bisnis berbasis pelayanan atau jasa, tinggi nya kualitas sistem informasi

dan pelayanan akan membuat pelanggan tertarik menggunakan jasa tersebut, tetapi semakin tinggi kualitas sistem informasi dan kualitas pelayanan maka mempengaruhi biaya pokok perusahaan yang tentunya akan dibebankan oleh perusahaan kepada pelanggan. Semakin tingginya beban pokok perusahaan pasti akan mempengaruhi harga jasa tersebut. Menurut Kotler dan Armstrong (2011:345) “harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk dan jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk dan jasa”

Tingginya harga tarif layanan jasa Gojek banyak dikeluhkan pelanggan dari kalangan kelas menengah ke bawah meskipun sebenarnya harga Gojek termasuk standar dalam persaingan ojek berbasis online. Hal itu terjadi dikarenakan pelanggan Gojek membandingkan tarif Gojek dengan ojek berbasis online lainnya. Pengaruh negatif diperoleh ketika harga diukur sebagai nilai riil sehingga semakin tinggi harga maka semakin rendah tingkat kepuasan pelanggan. Dari sudut pandang konsumen, harga merupakan hal yang sangat sensitif dan sering digunakan sebagai parameter *value* jika harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan terhadap suatu barang atau jasa.

Sifat tarif harga yang sensitif membuatnya unik dimana tidak selalu harga rendah adalah strategi penetapan harga yang terbaik. Ada kalanya ketika harga turun atau rendah, malah produk atau jasanya menjadi tidak laku. Dalam keadaan persaingan yang semakin tajam dewasa ini, peranan harga sangat penting terutama untuk menjaga dan meningkatkan posisi perusahaan di pasar,

yang tercermin dalam pasar. Dengan kata lain, penetapan harga mempengaruhi kemampuan bersaing perusahaan dan kemampuan perusahaan memuaskan konsumen, oleh karena itu perusahaan diharapkan menetapkan tarif dengan bijak agar para pelanggan tidak memilih jasa ojek online lainnya dalam memenuhi kebutuhan transportasi.

Keberadaan gojek sangat membantu konsumen dalam hal ini masyarakat, gojek saat ini merupakan kebutuhan penting untuk baik pemenuhan kebutuhan atau menunjang kehidupan sehari-hari. Bukan saja penyedia yang turut serta dalam pelayanan tetapi seorang driver juga memegang peranan yang penting sekali. Seorang driver yang ramah dan memberikan *service* terbaik juga menjadikan nilai tambah bagi konsumen. Masih banyak yang memperhatikan hal hal ini, mereka beranggapan cukup dengan mengantarkan seorang penumpang ke tempat tujuan saja sudah cukup untuk tugas mereka, Padahal ada hal lain yang harus di perhatikan seorang driver agar konsumen tetap loyal dan merasa nyaman menggunakan produk mereka.

Menurut Tjiptono (2014:268) definisi “kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan konsumen”.

Penelitian ini merupakan replikasi dari Halim Prawiranata (2017) yang meneliti Kepuasan Pelanggan Jasa Gojek di Kota Yogyakarta dengan menggunakan variabel Kualitas Sistem Informasi, Harga dan Kualitas Pelayanan. Perbedaan dengan penelitian terdahulu dengan penelitian ini yaitu

teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan regresi linier berganda dan penentuan serta jumlah sampel responden sebanyak 170 responden, maka peneliti tertarik untuk mengambil judul penelitian mengenai **“Pengaruh Kualitas Sistem Informasi, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Gojek di Kota Yogyakarta”**.

B. Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang masalah yang dikemukakan penulis di atas, maka dalam penulisan skripsi ini rumusan masalah yang disusun adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas sistem informasi, harga, dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada jasa gojek di Yogyakarta?
2. Apakah kualitas sistem informasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada jasa gojek di Yogyakarta?
3. Apakah harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada jasa gojek di Yogyakarta?
4. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna jasa gojek di Yogyakarta?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis secara simultan pengaruh kualitas sistem informasi, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa Gojek dikota Yogyakarta.
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas sistem informasi terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa Gojek di kota Yogyakarta.
3. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa Gojek di Yogyakarta.
4. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa Gojek di kota Yogyakarta.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan dari tujuan yang telah diuraikan diatas manfaat penelitian ini di jabarkan menjadi manfaat teoritis dan praktis:

1. Manfaat Praktis

- a. Bagi Peneliti

Sebagai referensi dan bahan pertimbangan khususnya untuk pengembangan ilmu pengetahuan yang berhubungan dengan upaya meningkatkan kepuasan pelanggan di sector jasa.

- b. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan informasi dan masukan bagi perusahaan dalam meningkatkan kualitas informasi, harga yang tepat serta kualitas pelayanan yang baik guna meningkatkan kepuasan pelanggan pada jasa Gojek di daerah Yogyakarta.

- c. Bagi Pihak Lain

Hasil dari penelitian ini di harapkan dapat di jadikan informasi dengan referensi bacaan bagi penelitian berikut nya yang akan melakukan penelitian dengan topik yang sejenis.

2. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk pengembangan ilmu manajemen pemasaran, terutama dari sudut pandang kualitas sistem informasi, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Serta dapat digunakan sebagai tambahan dalam referensi dan rekomendasi bagi penelitian yang akan datang.

