

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Penelitian**

Di era globalisasi, transportasi terus mengalami perkembangan dalam berbagai dibidang kehidupan, untuk menunjang perkembangan ekonomi perlu dicapai keseimbangan antara penyediaan dan permintaan jasa transportasi. Jasa Transportasi merupakan sarana yang sangat penting di dalam kehidupan karena transportasi digunakan untuk memperlancar aktifitas sehari-hari dan setiap orang tentu membutuhkan transportasi dalam berbagai kegiatan seperti bekerja, bersekolah, bepergian maupun aktifitas lainnya.

Kini transportasi berbasis online banyak diminati oleh masyarakat. Beberapa besar masyarakat indonesia tertarik dan berminat memakai jasa transportasi berbasis online, karena dengan hanya bermodalkan *smartphone* dan kuota internet masyarakat dapat mengorder layanan dengan mudah. Transportasi online harus menyadari bahwa kunci sukses dalam melakukan bisnis dibidang jasa ini adalah memperhatikan faktor kenyamanan yang menunjang kecepatan, kelancaran perjalanan transportasi (Utami, 2009). Baik tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten (Ningsih dan Suryalena, 2018).

Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan adalah faktor keberhasilan dari suatu perusahaan untuk mencapai keunggulan bersaing (Sawitri et al., 2013). Dilihat dari kualitas layanan yang terbaik dapat menciptakan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan ialah ukuran antara harapan pelanggan dengan produk atau jasa perusahaan selama pelanggan

menggunakan produk atau jasa perusahaan tersebut (Yong et al., dalam Andreas 2012). Dilihat dari perkembangan teknologi yang ada, para pengusaha harus memberikan kemudahan kepada pelanggan dalam menggunakan aplikasi sehingga mempertahankan pangsa pasar untuk tetap meningkat. Dengan memanfaatkan media internet di perkembangan teknologi, dan salah satunya adalah kualitas layanan elektronik atau *e-service quality*.

Menurut Jain dan Kumar (2011) *e-service quality* adalah fokus layanan yang merefleksikan persepsi pelanggan. Terdapat lima kelompok karakteristik yang digunakan oleh pelanggan dalam mengevaluasi ataupun menilai suatu kualitas pelayanan elektronik terhadap jasa yaitu sebagai berikut: *efficiency* adalah kemudahan serta kecepatan dalam mengakses dan menggunakan website, *fulfillment* adalah pemenuhan pemesanan dalam memberikan layanan yang dijanjikan secara akurat dan tepat waktu, *system availability* adalah sistem segala fungsi teknis yang tersedia dari situs dapat berjalan dengan benar dan, *privacy* adalah jaminan bahwa informasi pribadi dan data transaksi dari pelanggan aman dan dilindungi, dan *responsiveness* adalah kemampuan untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan jasa dengan cepat. Pelanggan menggunakan kelima dimensi kualitas ini untuk membentuk penilaiannya terhadap kualitas jasa untuk membandingkan harapan dan persepsinya terhadap layanan.

Jika masyarakat Indonesia membutuhkan layanan transportasi yang cepat untuk mudah menghindari dari kemacetan lalu lintas, maka transportasi online di Indonesia bisa menjadi solusi yang efektif bagi masyarakat (Comm dan Thung, 2017). Di Indonesia sendiri

terdapat beberapa bisnis transportasi online yang sudah dikenal oleh masyarakat luas, diantaranya yaitu Gojek, Grab, Uber dan Blue-jek.

**Tabel 1.1 Top Brand Index Kategori Jasa Transportasi Online Tahun 2017**

No.	Jasa Transportasi Online	TBI 2017	TOP
1	Gojek	59,2%	TOP
2	Grab	28,2%	TOP
3	Uber	8,0%	
4	Blue-Jek	0,3%	

Sumber: Website *Top Brand Award* Transportasi Online (2017)

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat disimpulkan bahwa diantara beberapa jasa transportasi online yang terdiri dari Gojek, Grab, Uber dan Blue-Jek. Gojek dan Grab berada pada kategori TOP sebab kedua jasa transportasi online tersebut lebih diminati dikalangan masyarakat dibanding kedua pesaingnya yaitu Berdasarkan data *Top Brand Award* Tahun 2017 kategori transportasi online diatas dapat disimpulkan bahwa beberapa jasa transportasi online yang ada di Indonesia mendapatkan *Top Brand Award* di antara pesaingnya meskipun jarak persentase setiap jasa transportasi online cukup jauh.

Tingginya minat masyarakat terhadap penggunaan jasa transportasi Gojek pada saat ini dikarenakan berbagai macam fasilitas, layanan dan kemudahan yang disediakan oleh GOJEK seperti layanan produk/jasa yang ditawarkan serta aplikasi yang mudah ketika digunakan. *Efficiency* menjadi bagian penting sebagai alat ukur dari pelayanan. Pada saat yang bersamaan, aspek efisiensi mempengaruhi harapan pelanggan, karena dengan efisiensi yang baik maka harapan pelanggan akan lebih tinggi. Oleh karena itu, perusahaan

GOJEK dan pengemudi harus memberikan dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan erat dengan kepuasan pelanggan seperti memperhatikan indikator yang ada di *efficiency* (Jain dan Kumar, 2011) yaitu meliputi kemudahan dan kecepatan dalam mengakses situs layanan, kemudahan untuk menemukan apa yang dibutuhkan pelanggan ketika melakukan pemesanan dan mengenai informasi pemesanan di dalam aplikasi harus tersusun dengan baik.

*Fulfillment* menjadi bagian penting sebagai alat ukur dari pelayanan, karena akan meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap kualitas pelayanan dari perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan GOJEK dan pengemudi harus memberikan dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan erat dengan kepuasan pelanggan seperti memperhatikan indikator yang ada di *fulfillment* (Jain dan Kumar, 2011) yaitu meliputi aplikasi menyediakan beragam jenis cara bertransaksi, transaksi menjadi lebih praktis dan efektif dan perintah yang diberikan pada aplikasi berjalan sesuai dengan janji.

*System availability* menjadi bagian penting sebagai alat ukur pelayanan, karena akan meningkatkan kemudahan pelanggan untuk mendapatkan pengemudi GOJEK serta menghindari adanya gangguan seperti fungsi tombol atau yang link yang tidak berfungsi di *website*, sehingga akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, perusahaan GOJEK dan pengemudi harus memberikan dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan erat dengan kepuasan pelanggan seperti memperhatikan indikator yang ada di *system availability* (Jain dan Kumar, 2011) yaitu meliputi transaksi yang tidak sering mengalami *crash* (sistem tidak berfungsi), aplikasi beroperasi dengan baik dan tidak ada hambatan yang berarti yang dapat mengganggu proses transaksi di situs layanan online.

*Privacy* menjadi bagian penting sebagai alat ukur pelayanan, karena akan dapat meningkatkan keamanan dan melindungi data pelanggan pada saat melakukan pemesanan dan pembayaran, sehingga akan meningkatkan kepuasan pelanggan pada bisnis jasa transportasi GOJEK. Oleh karena itu, perusahaan GOJEK dan pengemudi harus memberikan dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan erat dengan kepuasan pelanggan seperti memperhatikan indikator yang ada di *privacy* (Jain dan Kumar,2011) yaitu meliputi data pribadi pelanggan terlindungi, data transaksi pelanggan terlindungi, dan situs dapat melindungi data kartu kredit pelanggan.

*Responsiveness* menjadi bagian penting sebagai alat ukur pelayanan, karena akan meningkatkan kecepatan daya tanggap perusahaan GOJEK atau pengemudi dalam melayani pelanggan, contohnya ketika menerima keluhan dari pelanggan, kesigapan dalam mengatasi masalah yang timbul pada kendaraan yang digunakan GOJEK seperti ban bocor dan daya tanggap pengemudi dalam menangani respon permintaan atau keinginan dari pelanggan. Oleh karena itu, perusahaan GOJEK dan pengemudi harus memberikan dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan erat dengan kepuasan pelanggan seperti memperhatikan indikator yang ada di *responsiveness* (Jain dan Kumar, 2011) yaitu kemampuan serta kecepatan situs layanan online untuk tanggap dalam menghadapi keluhan dari pelanggan dan masalah yang timbul dan ketepatan serta kecepatan dalam pelayanan.

Gojek kini sudah jadi aplikasi *on-demand* nomor satu di Indonesia. Aplikasi ini paling banyak digunakan oleh pelanggan Indonesia, dengan jumlah pengguna aktif bulanan terbanyak sepanjang 2018 dan lebih tinggi dibandingkan kompetitor. Dalam laporan *App*

*Annie* yang bertajuk *The State of Mobile 2019* menyatakan Gojek menjadi aplikasi *ride sharing* yang paling banyak digunakan di Indonesia. *Founder* dan Global CEO Gojek mengatakan dalam kurun 2016 hingga 2018 Gojek mencatatkan pertumbuhan *gross transaction Value* naik 13,5 kali lipat. Keberhasilan GOJEK mengembangkan platform *super-app* yang menghubungkan jutaan rakyat Indonesia telah menjadikan GOJEK salah satu akselerator utama pertumbuhan ekonomi digital di Indonesia. Berdasarkan laporan Google dan Temasek, ekonomi digital Indonesia memiliki pertumbuhan tercepat di Asia Tenggara. (Sumber: [cnbc.indonesia.com](http://cnbc.indonesia.com)).

Walaupun GOJEK menjadi transportasi online pertama yang melayani masyarakat Indonesia, akan tetapi jika dibandingkan dengan persentase dari tahun ke tahun berdasarkan data *Top Brand Index* (TBI) kategori transportasi online, Gojek terus mengalami penurunan.

**Tabel 1.2 Persentase Penurunan Gojek dalam Kategori Transportasi Online**

<b>Tahun</b>	<b>Persentase</b>	<b>TBI</b>
2016	80,8%	TOP 1
2017	59,2%	TOP 1
2018	44,9%	TOP 2

Sumber: Website *Top Brand Award* Transportasi Gojek (2018)

Berdasarkan pada Tabel 1.2 menunjukkan adanya penurunan persentase GOJEK dari tahun 2016 sampai tahun 2018. Penurunan persentase ini mengakibatkan turunnya posisi Gojek dari TOP 1 (tahun 2016-2017) hingga berada di posisi TOP 2 (tahun 2018),

dimana TOP 1 pada tahun 2018 kategori transportasi online telah dimenangkan oleh GRAB dengan persentase sebesar 48,0 %.

Penurunan persentase GOJEK ini disebabkan karena beberapa hal, dimana dari hasil analisis awal ditemukan adanya suatu fenomena yang menunjukkan bahwa kualitas layanan elektronik (*e-service quality*) yang dilakukan oleh GOJEK maupun pengemudi GOJEK masih memiliki kelemahan, diantaranya yang pertama adalah lamanya proses dalam mencari pengemudi dalam melakukan pemesanan sehingga pemesanan sering gagal dan harus diulang beberapa kali. Yang kedua adalah beberapa dari pengemudi GOJEK masih ada yang kurang mengetahui mengenai rute tempat tujuan sehingga membuat kedatangan pengemudi menjadi terlambat yang dimana hal ini dapat merugikan pelanggan. Yang ketiga adalah aplikasi GOJEK masih sering mengalami gangguan seperti salah satunya contohnya yaitu *missing link*. Yang keempat adalah data pribadi maupun transaksi dari pelanggan tidak terjamin aman karena aplikasi GOJEK merekam perjalanan secara detail seperti lokasi penjemputan-tujuan pergi, nomor *handphone* serta email dan *balance gopay* dari pelanggan yang dimana hal ini akan membuat data pengguna layanan GOJEK bisa diakses secara detail lewat sebuah pinjaman online. Yang kelima yaitu GOJEK dan pengemudi GOJEK masih dinilai kurang mampu dalam menghadapi serta menanggapi keluhan-keluhan dari pelanggan (Sumber: Liputan6.com, 2019 dan Kompas.com, 2019).

Terkait tema mengenai kepuasan pelanggan ditinjau dengan melakukan penelitian lebih lanjut. Penelitian ini memfokuskan pada penggunaan variabel *efficiency, fulfillment, system availability, privacy* dan *responsiveness*. Dengan demikian dilakukan penelitian terdahulu

yang memiliki perhatian sama dengan tema penelitian ini menghasilkan penelitian yang berbeda-beda.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk mengambil judul penelitian **“Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik (*E-Service Quality*) Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bisnis Jasa Transportasi GOJEK.”**

### **1.2. Rumusan Masalah**

1. Apakah *Efficiency* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada jasa transportasi GOJEK?
2. Apakah *Fulfillment* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada jasa transportasi GOJEK?
3. Apakah *System Availability* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada jasa transportasi GOJEK?
4. Apakah *Privacy* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada jasa transportasi GOJEK?
5. Apakah *Responsiveness* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada jasa transportasi GOJEK?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengukur pengaruh *Efficiency* terhadap Kepuasan Pelanggan pada jasa transportasi GOJEK

2. Untuk mengukur pengaruh *Fulfillment* terhadap Kepuasan Pelanggan pada jasa transportasi GOJEK
3. Untuk mengukur pengaruh *System Availability* terhadap Kepuasan Pelanggan pada jasa transportasi GOJEK
4. Untuk mengukur pengaruh *Privacy* terhadap Kepuasan Pelanggan pada jasa transportasi GOJEK
5. Untuk mengukur pengaruh *Responsiveness* terhadap Kepuasan Pelanggan pada jasa transportasi GOJEK.

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

##### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi, memperluas, dan memperkaya ilmu pengetahuan khususnya di bidang pemasaran dan dapat memberikan dukungan empiris mengenai pentingnya menciptakan *e-service quality* yaitu *efficiency, fulfillment, system availability, privacy* dan *responsiveness* dalam suatu bidang usaha jasa serta dapat digunakan sebagai bahan referensi atau rujukan penelitian-penelitian serupa di masa yang akan datang dan dapat menyempurnakan kelemahan dalam penelitian ini.

##### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Secara praktis, penelitian ini untuk mengetahui tingkat *e-service quality* terhadap kepuasan pelanggan sehingga perusahaan jasa transportasi GOJEK terutama di sektor

layanan *GO-ride* dapat mempertahankan dan mengembangkan pelanggan yang loyal untuk meningkatkan kepuasan pelanggan yang sudah ada.