

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Transportasi mempunyai peranan sangat penting dalam kehidupan perekonomian masyarakat. Transportasi merupakan perpindahan manusia atau barang dari satu tempat ke tempat lain dengan menggunakan sebuah kendaraan yang digerakkan oleh mesin atau manusia. Transportasi digunakan untuk memudahkan manusia dalam aktivitas ekonomi sehari-hari. Transportasi terbagi menjadi tiga bagian jalur darat, jalur laut, dan jalur udara. Ketergantungan masyarakat terhadap transportasi sangat tinggi, dengan alasan untuk mempersingkat waktu tempuh perjalanan. Didalam transportasi terdapat unsur-unsur yang terkait erat dalam berjalannya konsep transportasi itu sendiri. Unsur tersebut adalah manusia yang membutuhkan, barang yang dibutuhkan, kendaraan sebagai alat, jalan dan terminal sebagai prasarana transportasi, organisasi (pengelola transportasi tersebut).

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 hasil kemajuan teknologi informasi yang berkontribusi besar terhadap perubahan ini adalah internet. Internet adalah suatu jaringan yang dihubungkan dengan alat komunikasi sehingga dapat berinteraksi kapanpun dan dimanapun. Berkembangnya internet dapat merubah perusahaan dalam melakukan transaksi, dari cara lama yang prosesnya mengorbankan waktu dan biaya yang besar menjadi proses yang lebih cepat dan lebih mudah.

Perkembangan internet di tengah-tengah pertumbuhan penduduk yang begitu pesat, sangat dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Kehadiran jasa transportasi berbasis aplikasi online yang menggunakan internet sangat berpengaruh bagi masyarakat dalam segala aktifitas secara cepat dan efisien. Salah satu bisnis yang sedang berkembang saat ini adalah bisnis jasa transportasi dengan sepeda motor atau yang dulu biasa disebut ojek.

Ojek online sangat berpengaruh untuk mengurangi pengangguran dan menjadi solusi perkembangan transportasi yang lebih mudah diakses masyarakat Indonesia. Cara kerja ojek online yaitu menggunakan aplikasi yang terhubung dengan internet, konsumen tidak perlu menunggu dipinggir jalan atau mendatangi ke pangkalan ojek, melainkan dapat memesan melalui aplikasi sesuai kebutuhan yang diinginkan, ojek online siap untuk melayani konsumen kapan dan dimana saja. Tahun 2010 telah berdiri sebuah perusahaan *startup* pertama di Indonesia bernama PT. Go-Jek Indonesia karya anak bangsa yang bergerak dibidang jasa penyedia informasi layanan transportasi publik (transportasi roda dua dan roda empat) didirikan oleh Nadiem Karim dan *Michaelangelo Moran*. Perusahaan Go-Jek sebagai perantara menghubungkan antara pengendara ojek dengan konsumen. Perusahaan Go-Jek meluncurkan aplikasi *mobile* Go-Jek berbasis *location-based search* yang dapat diakses oleh pengguna seluler berbasis Android maupun IOS (*Apple*) pada Januari 2015. Melalui aplikasi Go-Jek, *driver* dapat melihat order yang masuk dari konsumen dan lokasi penjemputan, sedangkan konsumen dapat memantau posisi *driver* gojek yang menerima order.

Go-Jek telah beroperasi sampai saat ini yang tersebar di 50 kota di Negara Indonesia, beberapa diantaranya yaitu, Jakarta, Bogor, Tangerang, Bekasi, Surabaya, Bali, Yogyakarta, Makassar, Medan, Balikpapan, Malang. Jasa dan layanan gojek berkembang tidak hanya sebagai transportasi orang (*transport*), tetapi juga dapat digunakan sebagai pengantar barang, dokumen, maupun paket (*instant courier*). Sebagai mitra perusahaan *online* maupun *offline* yang membutuhkan pengantaran pada hari yang sama (*shopping*), bahkan dapat digunakan sebagai pengantar makanan yang dipesan (*food delivery*). Setiap *driver* yang sudah resmi bergabung dengan perusahaan gojek akan mendapatkan masing-masing atribut jaket, helm, dan perlengkapan masker serta tutup kepala untuk penumpang, yang dapat digunakan sebagai identitas atau perlengkapan saat menjalankan pekerjaan sebagai mitra *driver* Go-Jek.

Semakin berkembang pesatnya industri transportasi, baik industri jasa maupun industri manufaktur menimbulkan persaingan dan menuntut perusahaan untuk semakin meningkatkan kegiatan operasional guna meningkatkan kualitas

untuk memenangkan persaingan (Ali Hasan, 2013). Sebagai penyedia layanan jasa, perusahaan gojek harus mampu mempertahankan atau mengevaluasi kinerja *service quality* dalam upaya memenuhi kebutuhan konsumen yang semakin meningkat. Mengingat begitu penting suatu pelayanan dibidang jasa yang akan mempengaruhi kuantitas pelayanan terhadap konsumen sehingga bisnis dapat terus berjalan. Penilaian kualitas pelayanan sangat penting sehingga dapat membantu bisnis dalam usaha peningkatan kualitas pelayanan yang lebih baik dimasa yang akan datang. Kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa yang dihasilkan dari perbandingan performa produk terhadap ekspektasi konsumen (Kolter & Keller, 2012)

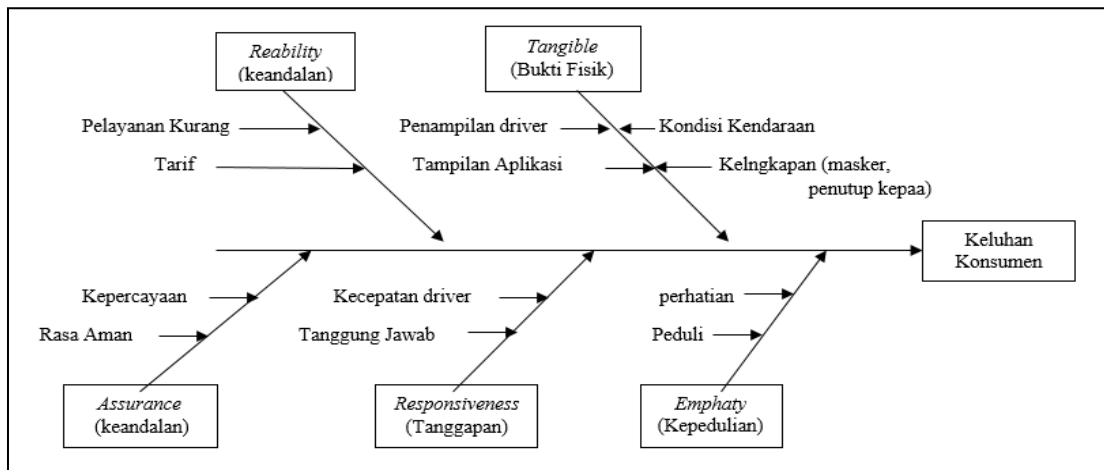
Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan penulis kepada 20 konsumen yang telah menggunakan jasa transportasi Go-Jek lebih dari dua kali, mengenai kualitas pelayanan Go-Jek yaitu rata-rata tanggapan konsumen adalah kualitas pelayanan yang diberikan masih dirasa kurang memuaskan, karena adanya beberapa hal yang menurut konsumen masih tidak sesuai dengan harapan konsumen. Kualitas layanan gojek (GAP) dapat dilihat pada Tabel 1.1.

Tabel 1.1 Kualitas layanan gojek (GAP)

No	Item	Standart Pelayanan	Aktual Pelayanan
1.	Waktu penjemputan	Lima menit sampai pada <i>customer</i> (layanan <i>go-ride, go-send</i>)	Lebih dari lima menit
2.	Penampilan <i>Driver</i>	Menggunakan jaket resmi Go-Jek, rapi, bersih.	Terkadang tidak menggunakan atribut Go-Jek, tidak rapi dan terlihat kotor
3.	Kondisi kendaraan	Layak jalan sesuai dengan standart pabrik dan peraturan lalu lintas	Terkadang kendaraan tidak sesuai dengan standar pabrik
4.	Tata tertib berlalu lintas	Taat dalam berlalu lintas	Terkadang melanggar lampu merah dan berhenti tidak pada tempatnya
5.	Kelengkapan saat mendapatkan pesanan	Membawa helm, masker, penutup kepala, jas hujan.	Tidak memberikan atau menawarkan masker, penutup kepala, serta sering beralasan tidak membawa jas hujan untuk menolak orderan

(Sumber : Data pribadi hasil wawancara, 2019)

Keluhan konsumen terhadap kualitas pelayanan gojek dapat dilihat berdasarkan waktu penjemputan, penampilan *driver*, kondisi kendaraan, tetatertib berlalu lintas, kelengkapan saat mendapatkan pesanan. Kualitas layanan Go-Jek dapat digambarkan menggunakan *fishbone* diagram. Gambar *fishbone* diagram kualitas layanan dapat dilihat pada Gambar 1.1.



Gambar 1.1 *Fishbone* diagram kualitas layanan
(Sumber : Data pribadi, 2019)

Berdasarkan diagram *fishbone* kualitas layanan dapat diperoleh data penyebab adanya keluhan dari konsumen Go-Jek Indonesia adalah *tangible* (bukti fisik), *reability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan) dan *emphaty* (kepedulian). Berdasarkan hasil penelitian terdahulu peneliti berinisiatif untuk melakukan penelitian dengan menambah jumlah populasi yang mencakup seluruh area operasional PT. Go-Jek di Indonesia dan seluruh kalangan konsumen tidak hanya pada kalangan mahasiswa. Untuk mendapatkan data Kualitas Layanan terhadap aplikasi Go-Jek peneliti menyebarkan kuisisioner menggunakan *Google Form* yang dapat mencakup semua kalangan yang berjumlah 155 juta konsumen pada tahun 2019 dengan 16 item *service quality* sebagai alat ukur kualitas pelayanan, dengan melakukan *pre-test* terlebih dahulu, sedangkan pada peneliti terdahulu menggunakan 22 item *service quality* tanpa melakukan *pre-test*. Metode yang digunakan yaitu *Servqual (Service and Quality)*. Metode *Servqual (Service and Quality)* merupakan metode yang digunakan untuk mengetahui kriteria-kriteria kualitas layanan yang harus ditingkatkan kualitas

pelayanannya berdasarkan *GAP* yang terjadi antara persepsi dan harapan konsumen.

Berdasarkan peneliti terdahulu menggunakan metode *Service Quality* (*servqual*) yaitu untuk mengetahui *GAP* tingkat kualitas pelayanan yang diberikan Go-Jek terhadap konsumen dan dimensi, atribut manakah yang akan menjadi prioritas untuk mempertahankan atau meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan pihak Go-jek Indonesia. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi alternatif baru untuk mengevaluasi kualitas layanan PT. Go-Jek Indonesia terhadap konsumen apakah sudah sesuai dengan ekspektasi serta menguji metode *service quality* dalam penerapan terhadap jasa layanan transportasi yang diberikan Oleh PT. Go-Jek di Indonesia melalui persepsi konsumen.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk mengangkat dalam bentuk tesis dengan judul **“Penilaian Terhadap Layanan Go-Jek Di Indonesia Melalui Gap Service Quality dan Dampaknya pada Kualitas Layanan”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas maka dapat di rumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas layanan PT. Go-Jek Indonesia diterima oleh konsumen ?
2. Dimensi *service quality* mana yang paling berpengaruh terhadap kualitas layanan PT. Go-Jek Indonesia ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari rumusan masalah diatas adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui kualitas layanan PT. Go-Jek Indonesia diterima atau tidak oleh konsumen.
2. Mengetahui dimensi *Service Quality* yang paling berpengaruh terhadap kualitas layanan PT. Go-Jek Indonesia.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Mengetahui kinerja PT. Go-jek Indonesia berdasarkan hasil evaluasi layanan terhadap Kualitas Layanan.

2. Sebagai acuan bagi perusahaan PT. Go-Jek Indonesia untuk mengetahui tingkat kualitas layanan yang diberikan terhadap konsumen.

1.5 Batasan Masalah

1. Objek penelitian ini yaitu kepada konsumen PT. Go-Jek di Indonesia yang telah menggunakan jasa gojek lebih dari dua kali berdasarkan kuisisioner yang disebarakan.
2. Layanan Go-Jek yang di gunakan pada penelitian ini yaitu layanan Go-Ride.
3. Analisa pada penelitian hanya melihat gap kelima Parasuraman yaitu kesenjangan antara bagaimana PT. Gojek dipersepsikan oleh para konsumen.

