

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pertumbuhan ekonomi yang semakin pesat di era teknologi dan informasi kini membuat berbagai industri baru semakin menjamur. era digital saat ini juga adalah suatu kondisi kehidupan atau zaman dimana semua kegiatan yang mendukung kehidupan sudah dipermudah dengan adanya teknologi. Aktivitas masyarakat di era modern seperti sekarang ini sangat beragam. Dengan aktivitas yang beragam tersebut, sehingga transportasi sangat berperan penting sebagai alat untuk menunjang dan membantu aktivitas seseorang. Keberadaan jasa transportasi selama ini berperan penting bagi kehidupan manusia untuk menunjang berbagai kebutuhan manusia sehari-hari. Pada saat ini di era teknologi Transportasi sendiri sudah berbasis online yang merupakan bentuk inovasi layanan *ter-up date* dalam perdagangan seluler. Perusahaan jasa angkutan umum yang memanfaatkan teknologi dengan menggabungkan antara internet dan transportasi, yaitu jasa transportasi online yang kini telah hadir di berbagai kota di Indonesia.

Transportasi online merupakan salah satu transportasi yang menjadi andalan masyarakat yang dianggap cepat dan mampu menembus kemacetan. Transportasi online juga dianggap sangat efisien karena masyarakat dengan mudah memesan menggunakan aplikasi di *Smartphone* maka muncullah penyedia jasa ojek berbasis online. Layanan masyarakat Transportasi online yang ada saat ini ada dari perusahaan Gojek, Grab dan Juga Maxim yang merupakan beberapa has

perkembangan teknologi yang ada di bidang transportasi. Penggunaan ojek online umumnya lebih banyak terlihat di kalangan karyawan kantor, pelajar, mahasiswa, wisatawan dan umum.



Sumber foto : urban-bekasi.com

Gambar 1.1
Gambar Logo Maxim, Gojek & Grab.

Layanan transportasi online mulai terkenal di Indonesia sejak tahun 2015, yang diprakarsai oleh Gojek. Kemunculan layanan transportasi online ini sempat membuat heboh masyarakat Indonesia, bahkan menjadi isu nasional setelah para supir ojek konvensional merasa terancam posisinya. Seiring berjalannya waktu, banyak layanan transportasi online yang terus muncul. Hingga tahun 2023 ini, jumlah pengguna Transportasi online di Indonesia telah lebih dari 21 Juta. Layanan transportasi online masih terus digemari hingga saat ini. Terdapat beberapa alasan yang mendorong orang Indonesia menggunakan layanan Transportasi online.

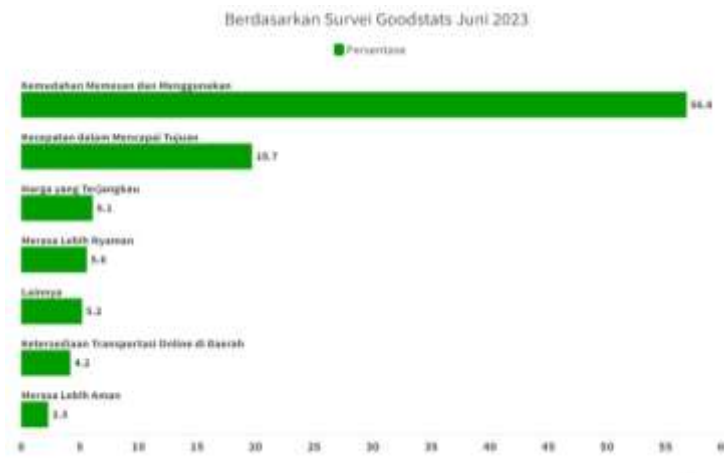
Transportasi online Gojek adalah sebuah perusahaan teknologi berbasis di Indonesia yang didirikan pada tahun 2010. Mereka menyediakan berbagai layanan melalui aplikasi seluler, termasuk transportasi, pengiriman makanan, pembayaran, belanjaan, dan berbagai layanan sehari-hari lainnya. Awalnya dimulai sebagai platform Transportasi ojek online, Gojek telah berkembang menjadi *super-app* yang

mengintegrasikan berbagai kebutuhan sehari-hari pengguna. Mereka memainkan peran penting dalam memodernisasi industri transportasi dan membuka peluang ekonomi bagi banyak pengemudi di Indonesia.

Transportasi online Grab ditujukan untuk memberikan alternatif berkendara bagi para pengemudi dan penumpang yang menekankan pada kecepatan, keselamatan, dan kepastian. Grab sendiri telah hadir di Indonesia pada bulan Juni 2012 sebagai aplikasi online untuk pemesanan Taksi dan sejak itu pula telah memberikan beragam pilihan transportasi seperti mobil dan ojek.

Transportasi online Maxim yang merupakan pendatang baru dalam transportasi online asal Rusia, perusahaan maxim membuka cabang di 7 kota sekaligus di Rusia pada tahun 2003. Pada tahun 2010 Maxim memiliki cabang di 17 kota di Rusia dan meningkat sampai dengan 22 kota dalam satu tahun. Dan Maxim berkembang sampai Indonesia pada tahun 2018 dengan membuka kantor di Jakarta di bawah bendera PT. Teknologi Perdana Indonesia dan terus berkembang sampai ke Bandar Lampung.

Jasa transportasi online Maxim, Gojek dan Grab ini merupakan transportasi ojek online yang saat ini paling menonjol dalam persaingan ojek online di Indonesia. Adanya kemudahan untuk diakses dan driver yang sering digunakan membuat 3 perusahaan ojek online ini lebih unggul dari pada perusahaan ojek online lainnya. Adanya perbedaan dengan ojek biasa membuat ojek online lebih disenangi oleh masyarakat Indonesia mulai dari keterjangkauan, harga yang jelas dan relative murah serta adanya akses yang mudah untuk dipesan kapan saja dan dimana saja yang membuat mereka lebih memilih menggunakan ojek online.



Sumber foto : Good-Stats

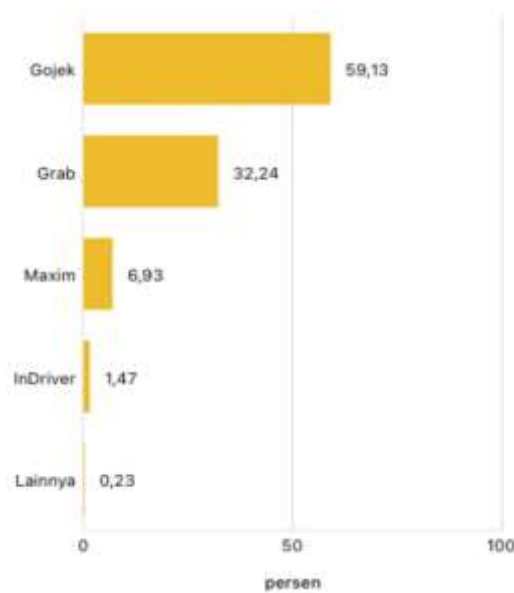
Gambar 1.2

Grafik Alasan Memilih Transportasi Online Dibandingkan Transportasi lain.

Dari data diatas kita bisa melihat bahwa alasan utama orang Indonesia memilih transportasi online dibandingkan transportasi lain ada pada faktor kemudahan. Pemakaian aplikasi untuk memesan transportasi online dinilai sangat mudah dan sederhana, membuat pengguna jarang mengalami kesulitan. Masyarakat mengungkapkan merasa lebih aman bepergian dengan transportasi online ketimbang mode transportasi lainnya. Fitur keamanan yang tersedia di aplikasi transportasi online membuat pengguna merasa lebih tenang dan sangat membantu jika dalam keadaan darurat.

Semakin berjalannya waktu jumlah pengemudi ojek online yang jumlahnya semakin bertambah pada akhirnya menimbulkan persaingan yang semakin ketat

antar sesama pengemudi ojek online ataupun perusahaan yang berbeda dalam memperoleh pesanan.



Gambar 1.3
Grafik Konsumen Ojek Online Terbanyak.

Dilansir Survei Badan Penelitian dan Pengembangan (Balitbang) Kementerian Perhubungan (Kemenhub) mengungkap mayoritas publik paling banyak menggunakan aplikasi transportasi online Gojek. Tercatat, sebanyak 59,13 persen responden mengaku memilih aplikasi buatan perusahaan decacorn dalam negeri ini. Setelah Gojek, masyarakat menggunakan aplikasi Grab (32,24 persen), Maxim (6,93 persen), InDriver (1,47 persen) dan lainnya (0,23 persen). Gojek merupakan salah satu aplikasi yang berfungsi sebagai media atau sarana transportasi yang memiliki pelayanan ojek, dimana menggunakan sebuah aplikasi Online untuk melayani pengguna yang membutuhkan jasanya.

Gojek dinilai lebih banyak memiliki pengguna karena gojek adalah ojek online yang paling pertama kali muncul sehingga banyak orang yang menggunakan aplikasi atau jasa ojek online Gojek. Untuk saat ini pun gojek masih unggul menjadi jasa Transportasi ojek online yang penggunanya paling banyak .



Sumber foto : Appstore

Gambar 1.4

Aplikasi Maxim, Gojek dan Grab di Appstore.

Jika dilihat dari penggunaan aplikasi *appstore* terlihat bahwa perusahaan Transportasi online Maxim, Gojek dan Grab memiliki peringkat dan rating penilaian yang berbeda beda. Dimana gojek menjadi peringkat teratas kategori perjalanan yang paling banyak penggunanya pertama dengan 493 ribu penilaian, Grab menjadi peringkat ke dua dengan 805 ribu penilaian dan Maxim menjadi peringkat ke tiga dengan 441 ribu penilaian. Lalu ada rating penilaian yang dimana Grab dan Maxim memiliki rating yang sama yaitu 4,9 yang menandakan kepuasan yang bagus atas penggunaan jasa Transportasi ojek online tersebut sedangkan Gojek memiliki rating 4,7 lebih kecil dari pada Grab dan Maxim.

Sangat disayangkan walaupun Gojek menjadi salah satu pengunduhan aplikasi paling banyak di *appstore* Gojek memiliki rate penilaian yang sangat kecil diantara pesaingnya yaitu Maxim dan Grab. Hal ini terjadi karena adanya kualitas

pelayanan yang kurang baik yang disebabkan oleh driver onlinennya sendiri. Sehingga saat para pengguna atau konsumen Gojek itu sendiri menggunakan jasa tersebut diberikan rate nilai yang kurang yang berdampak pada *Image* Gojek itu sendiri.

Tasikmalaya merupakan salah satu kota padat dengan penduduk kota Tasikmalaya tahun 2023 terdapat sebanyak 752.546 Jiwa berdasarkan data dari Sumber: Data Konsolidasi Bersih (DKB) Semester I Tahun 2023” dengan pertumbuhan penduduk yang sangat cepat dari tahun ke tahun. di Tasikmalaya, penggunaan ojek online telah menjadi bagian integral dari mobilitas kota. Penggunaan Transportasi ojek online di Tasikmalaya telah mengubah cara masyarakat bergerak di kota ini. Dengan peningkatan kesibukan dan kepadatan penduduk, banyak orang memilih menggunakan layanan ojek online karena kenyamanan, kecepatan, dan ketersediaan yang ditawarkannya.

Usaha untuk membuat konsumen tetap loyal terhadap layanan Transportasi ojek online agar selalu menjadi pilihan para pengguna ojek online maka perusahaan harus mampu memberikan pelayanan yang terbaik agar konsumen merasa terpuaskan. Kepuasan konsumen sendiri merupakan hal yang sangat penting untuk diperhatikan sebab apabila perusahaan memiliki seorang pelanggan yang puas akan layanannya, maka hal itu dapat menjadi aset yang sangat bernilai bagi perusahaan. Kepuasan konsumen Menurut Kotler dan Keller, (2012), bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja hasil yang nyata dibandingkan dengan harapannya. Sehingga kepuasan konsumen menjadi penentu seseorang atau konsumen menjadi tetap loyal.

Dapat kita simpulkan bahwa adanya perbedaan kepuasan konsumen menjadi masalah beralihnya konsumen dari ojek online satu ke ojek online satu lainnya seperti perusahaan Maxim, Grab, dan Gojek. Ada beberapa faktor yang yang bisa mempengaruhi kepuasan yang didapatkan antara perusahaan ojek online yaitu dari adanya perbedaan antara harga, efisiensi, dan juga kualitas pelayanan yang diberikan oleh setiap driver kepada konsumennya. Pengertian harga dalam Kamus (KBBI) adalah nilai suatu benda yang diukur dengan uang, jumlah uang atau alat tukar lain yang senilai, yang harus dibayarkan atau dikeluarkan untuk membeli produk atau jasa, pada waktu tertentu dan di pasar tertentu. Harga di sini merupakan tarif yang harus dibayarkan oleh konsumen kepada driver. Tarif harga pada ojek online mempengaruhi konsumen karena memengaruhi keputusan mereka untuk menggunakan layanan tersebut. Harga yang terjangkau membuat layanan lebih menarik dan dapat diakses oleh lebih banyak orang.

Faktor selanjutnya merupakan efisiensi yang di mana hal ini juga sangat penting dan dapat mempengaruhi pertimbangan para konsumen. Menurut KBBI, kata efisien adalah melakukan pekerjaan dengan tepat dan mampu menjalankan tugas dengan cermat, dan berdaya guna. Pengertian umum menjelaskan efisien adalah usaha yang mengharuskan penyelesaian pekerjaan dengan tepat waktu, cepat dan memuaskan. efisiensi menjadi hal yang penting karena di dalam efisiensi sendiri ada efisiensi waktu, efisiensi harga, efisiensi dalam kenyamanan, efisiensi ke andalan, dan juga ada efisiensi opsi atau pilihan yang di mana konsumen sangat mempertimbangkan efisiensi tersebut.

Lalu faktor selanjutnya ada kualitas pelayanan yang menjadi pengaruh besar dalam konsumen memilih driver Transportasi ojek online Menurut Arianto (2018:83) kualitas Pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan. Sedangkan pendapat lain menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia dalam blog yang ditulis oleh Rosianasfar (2013), kualitas berarti tingkat baik buruknya sesuatu, derajat atau taraf mutu dan menurut Pelayanan diambil dari kata dasar lay.an-me.la.ya.ni (KBBI) yang berarti membantu menyiapkan (mengurus) apa-apa yang diperlukan seseorang. Kualitas pelayanan ini memberikan pengaruh terbesar karena didalamnya ada aspek aspek yang harus dipenuhi Seperti kepercayaan dan keamanan, kepuasan pengguna, Reputasi dan ulasan yang dimana elemen kunci dalam membangun dan mempertahankan basis pelanggan dalam industri ojek online. Hal ini memengaruhi persepsi konsumen dan keputusan mereka untuk menggunakan atau memilih platform tertentu.

Mengantisipasi situasi dengan adanya persaingan, perusahaan transportasi online seperti Maxim, Grab dan Juga Gojek harus mampu menciptakan kepuasan pelanggan yang dapat dijadikan sebagai keunggulan. Kepuasan pelanggan merupakan tujuan utama agar perusahaan terus berkembang. Saat ini, semakin banyak perusahaan yang memahami pentingnya kepuasan pelanggan dan menerapkan strategi untuk memberikan kepuasan bagi pelanggan. Adapun faktor yang mempengaruhi seperti harga, efisiensi, dan kualitas pelayanan yang bisa memberikan kepuasan pada konsumen. Kepuasan konsumen ini merupakan unsur penting dalam perusahaan untuk mempertahankan konsumen. Kepuasan pelanggan

berasal dari upaya perusahaan untuk mempengaruhi sikap pelanggan. Menurut Sukmawati dan Massie (2015) kepuasan pelanggan adalah tingkat respon dan perasaan pelanggan setelah mengevaluasi barang yang dikonsumsi atau kinerja jasa dibandingkan harapannya. Pada saat ini banyak perusahaan yang semakin memahami arti penting dari kepuasan pelanggan dan menjalankan strategi guna memberikan kepuasan bagi pelanggan.

Peneliti melihat pada saat ini, masih terdapat kekurangan pemahaman mengenai bagaimana faktor-faktor seperti harga layanan, efisiensi operasional, dan kualitas pelayanan dalam Industri Transportasi online di Indonesia mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Meskipun penelitian ini sebelumnya telah mengulas masing-masing faktor ini secara terpisah, belum ada penelitian yang secara khusus menggali interaksi kompleks antara ketiga faktor tersebut pada 3 perusahaan transportasi online Maxim, Gojek, dan Grab ditambah dengan dampaknya terhadap keputusan konsumen untuk terus menggunakan layanan transportasi ojek online tersebut. Penelitian ini akan mengisi kesenjangan pengetahuan ini dengan menganalisis bagaimana interaksi antara harga yang ditawarkan, efisiensi dalam layanan, dan persepsi terhadap kualitas pelayanan dapat membentuk persepsi konsumen terhadap tingkat kepuasan mereka. Melalui pemahaman yang lebih baik terhadap hubungan ini, penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan yang berharga bagi perusahaan transportasi online, membantu mereka meningkatkan strategi pemasaran, dan pada akhirnya, meningkatkan kepuasan konsumen di tengah persaingan yang semakin ketat dalam perusahaan teknologi bidang transportasi online saat ini.

Penelitian ini didasari oleh temuan sebelumnya yang menunjukkan bahwa harga dan kualitas pelayanan berperan penting dalam membentuk kepuasan konsumen pada penelitian Musdalifah dan M. Fauzan Noor (2014) hasil penelitian menunjukkan hasil yang diperoleh bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh harga dan kualitas pelayanan baik secara simultan maupun parsial. Selain itu, penelitian lain menunjukkan bahwa harga, efisiensi, dan kualitas pelayanan pada penelitian Wiwit Dian Kurniawati et al., (2019) hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan konsumen juga dipengaruhi oleh harga, efisiensi dan kualitas pelayanan. Oleh karena itu, penelitian ini akan menguji pengaruh harga, efisiensi, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada layanan Transportasi online Maxim, Gojek dan Grab yang ada di Kota Tasikmalaya.

Dalam penelitian ini juga penulis memilih pengaruh harga, efisiensi, dan pelayanan terhadap keputusan konsumen pada Maxim, Gojek dan Grab di kota Tasikmalaya karena pengaruh harga yang terjangkau, efisiensi, dan kualitas pelayanan dapat memberikan kepuasan bagi konsumen untuk tetap menggunakan jasa transportasi online yang ditawarkan. faktor utama yang mempengaruhi keputusan konsumen adalah bagaimana konsumen merasa bahwa apa yang diinginkan telah terpenuhi secara maksimal yang sesuai dengan apa yang diharapkan dan ditawarkan. Jika harapan konsumen terpenuhi maka mereka akan merasa puas sehingga menjadikan konsumen menggunakan kembali jasa Transportasi online tersebut.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas maka dapat diidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh harga, efisiensi, dan pelayanan secara parsial terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa Transportasi Maxim, Gojek, dan Grab di kota Tasikmalaya?
2. Bagaimana pengaruh harga, efisiensi, dan pelayanan secara Bersama-sama terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa Transportasi pada Maxim, Gojek, dan Grab di kota Tasikmalaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang, identifikasi masalah, dan rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Mengetahui bagaimana pengaruh harga, efisiensi dan kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa Transportasi online Maxim, Gojek, dan Grab di kota Tasikmalaya.
2. Mengetahui bagaimana pengaruh harga, efisiensi, dan kualitas pelayanan secara bersama sama terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa Transportasi online Maxim, Grab dan Gojek di kota Tasikmalaya.

1.4 Kegunaan Hasil Penelitian

Hasil penelitian yang diperoleh diharapkan dapat berguna bagi berbagai pihak, adapun kegunaan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

1.4.1 Kegunaan Pengembangan Ilmu

Bagi peneliti selanjutnya, peneliti ini diharapkan dapat dijadikan sebagai sumber acuan dan untuk menambah ilmu pengetahuan khususnya mengenai harga, efisiensi, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan jasa Transportasi online Maxim, Gojek, dan Grab di kota Tasikmalaya.

1.4.2. Kegunaan Praktis

Bagi pihak jasa Transformasi online Maxim, Gojek, dan Grab penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai gambaran dan dasar pengambilan keputusan dalam menetapkan strategi pemasaran jasa Transportasi online dengan menggunakan persepsi pelanggan tentang dimensi adanya perbedaan mengenai harga, efisiensi, dan kualitas pelayanan untuk menciptakan kepuasan konsumen.

1.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini lokasi penelitian dilaksanakan di Kota Tasikmalaya, dengan melakukan penyebaran kuisioner kepada para pengguna jasa Transportasi online yang pernah atau sedang menggunakan jasa Transportasi online Maxim, Gojek, dan Grab di Kota Tasikmalaya.

1.5.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dimulai dari pengajuan judul kepada Program Studi Ekonomi Pembangunan, dilanjutkan dengan pengajuan dan penyerahan SK bimbingan, yang kemudian dilanjutkan dengan konsultasi dan proses kegiatan bimbingan yang kemudian dilanjutkan dengan konsultasi dan proses kegiatan bimbingan. Adapun jadwal penelitian ini seperti tercantum pada :

Tabel 1.1
Waktu Penelitian

No	Kegiatan	Tahun 2023-2024																			
		September				Oktober				November				Desember				januari			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan SK Bimbingan		■	■	■																
2	Pengajuan Judul				■	■	■														
3	Penyusunan Proposal Skripsi					■	■	■	■	■	■	■	■								
4	Proses Bimbingan Menyelesaikan Proposal													■	■						
5	Seminar Proposal														■						
6	Revisi setelah sidang Proposal															■	■	■			
7	Penyelesaian Skripsi																		■		
8	Sidang Skripsi																		■	■	■