

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada zaman yang semakin pesat ini membuat aktivitas manusia semakin terus meningkat, transportasi merupakan hal yang utama dibutuhkan oleh manusia karena dengan transportasi ini dapat memudahkan manusia untuk menjalankan suatu aktivitasnya, dalam kesehariannya individu tidak bisa terlepas dari penggunaan alat transportasi. Di Indonesia ini memiliki beragam jenis alat transportasi mulai dari darat, laut dan udara, seperti mode transportasi darat terdapat di berbagai jenis alat transportasi darat yang dapat digunakan mulai dari transportasi umum yaitu kereta, bis, taksi, hingga ojek.

Di era globalisasi saat ini perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi semakin pesat mengakibatkan datangnya inovasi-inovasi yang terbukti dengan adanya berbagai hal yang baru dalam perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuannya seperti dalam bidang ekonomi, pertanian, industri, komunikasi hingga transportasi. Dengan adanya perkembangan itu mengakibatkan manusia tidak bisa terlepas dari alat transportasi dan juga alat komunikasi guna untuk memudahkan manusia dalam menjalankan aktivitas kesehariannya.

Salah satu inovasi yang telah dilakukan dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi dan komunikasi dengan penggunaan internet yang tidak hanya terbatas pada pemanfaatan informasi dapat diakses pada media

online ini, melainkan juga dapat digunakan sebagai sarana untuk melakukan transaksi perdagangan yaitu melalui *electronic commerce* yaitu inovasi dalam bisnis transportasi berbasis online.

Dengan mudahnya sistem transportasi online yaitu dengan bermodal alat komunikasi (*smartphone*) dan juga kendaraan yang sesuai aturan perusahaan serta jam kerja yang fleksibel membuat banyak orang minat untuk bergabung menjadi bagian dari transportasi online. Hanya menggunakan *smartphone* masyarakat bisa memesan berbagai moda transportasi seperti motor atau mobil, lengkap dengan diketahui data diri pengemudi, nomor kendaraan, dan nomor telepon tanpa perlu menghampiri tempat dari pengemudi transportasi online tersebut.

Di Indonesia layanan transportasi online pertama kali muncul pada pertengahan tahun 2015. Salah satu transportasi berbasis online tersebut adalah ojek online yang sebelumnya dikenal dengan nama ojek pengkolan. Sebelumnya ojek hanya menggunakan cara yang sangat sederhana yang hanya terdapat di pasar, terminal dan di gang dengan menggunakan sistem pembayaran yaitu tunai dan biasanya konsumen melakukan tawar menawar harga tetap antara pengemudi dengan konsumen. Pada zaman sekarang ini penyedia jasa ojek online sudah sangat mudah untuk ditemui seperti Gojek, Grab, In Drive, Maxim. Semua penyedia jasa ojek online tersebut memberikan kemudahan bagi penggunaanya seperti hanya dengan memesan ojek online melalui aplikasi kemudian tercantum nama pengemudi, nomor kendaraan dan harga yang telah ditentukan yang tertera di aplikasi tersebut.

Salah satu layanan transportasi online di Surabaya merupakan perusahaan operator besar penyedia jasa layanan transportasi online yaitu PT Aplikasi Karya Anak Bangsa atau yang lebih dikenal dengan Gojek. Gojek merupakan perusahaan teknologi asal Indonesia yang melayani jasa transportasi ojek online. Pendiri Gojek yaitu Nadiem Makariem dan Michael Angelo Moran yang telah mendirikan layanan ini pada tahun 2011. Gojek diperkenalkan pada tahun 2015 yang aplikasinya dapat diunduh di Android dan iOS. Sudah dapat beroperasi di berbagai daerah di Indonesia seperti Bandung, Malang, Surabaya, Makassar, Bali, Yogyakarta dan lain sebagainya. Layanan Gojek ini tidak hanya memasarkan layanan transportasi *online* (GoRide dan GoCar) tetapi juga banyak layanan yang dapat dinikmati, seperti GoSend (pengantar dokumen atau paket), GoFood (pengantar makanan) dan masih banyak lagi yang ditawarkan oleh Gojek.

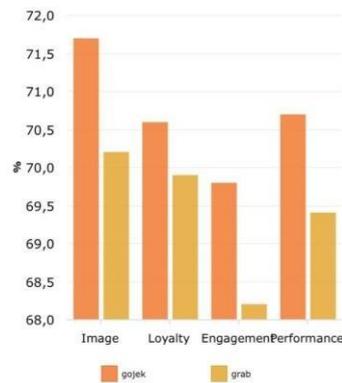
Dari sekian banyak fitur-fitur atau layanan yang ada pada aplikasi Gojek ini, GoCar terpilih sebagai objek penelitian, karena GoCar sendiri merupakan layanan yang sangat diminati dalam aplikasi Gojek. GoCar sendiri bertujuan untuk mengantar penumpang menggunakan mobil dengan kebijakan perusahaan bahwa mobil yang digunakan minimal enam tahun terakhir. Penumpang dapat memesan GoCar melalui aplikasi Gojek setelah memesan GoCar tersebut maka akan otomatis mendapatkan pengemudi yang dimana pengemudi GoCar sendiri dapat melihat order yang masuk dan lokasi pemesanan penumpang, begitu juga dengan penumpang dapat melihat langsung posisi pengemudi melalui aplikasi, oleh karena itu banyak

orang yang membutuhkan dan mempunyai aplikasi ini untuk kegiatan sehari-hari.

Pada aplikasi Gojek ini jika ingin melakukan transaksi pembayaran pada aplikasi Gojek ini dapat menggunakan pembayaran tunai dan non tunai yaitu dengan menggunakan Gopay. Go Pay adalah dompet digital yang bisa digunakan untuk melakukan transaksi pembayaran dan keuangan melalui aplikasi Gojek. Go Pay dapat digunakan dengan cara top up saldo melalui driver, alfamart, bank ataupun mobile banking. Tarif yang dikenakan sangat bervariasi berdasarkan dengan jarak yang ditempuh atau berdasarkan *flat rate* yang telah diberikan.

Pada tarif Gojek saat ini khususnya GoCar, sekarang ini tarif GoCar telah ditentukan oleh pemerintah karena telah terjadinya kenaikan harga BBM per 3 September 2022 lalu, oleh karena itu tarif GoCar telah mengalami kenaikan dan tarif tersebut telah ditetapkan oleh pemerintah. Pada tanggal 11 September 2022 Kementerian Perhubungan mengumumkan bahwa ada kebijakan kenaikan pada jasa layanan transportasi online yaitu berlaku pada Gojek dan Grab. Penyesuaian tarif baru Gojek akan dilakukan sesuai dengan peraturan yang dikeluarkan oleh pemerintah. Pada Kota Surabaya tarif Gojek yang telah disesuaikan memasuki Zona I yaitu meliputi daerah Sumatera, Bali, dan Jawa kecuali Jabodetabek dari Zona I ini memiliki tarif yang berbeda juga yaitu Biaya jasa atas bawah dengan tarif Rp 2.000/km, Biaya jasa batas atas dengan tarif Rp 2.500/km dan Biaya

Jasa minimal Rp 8.000 – Rp. 10.000, tarif biaya-biaya tersebut sudah mengalami kenaikan yang telah di sepakati oleh pemerintah (Kompas.com).



Gambar 1. 1 Grafik paling banyak diminati

Sumber: Databoks.katadata.co.id

Pada hasil survey Alvara pada grafik diatas mengatakan bahwa gojek merupakan ojek online favorite di kalangan millennial saat ini berjumlah 1.204 mereka tergolong pengguna aplikasi transportasi lebih dari satu kali dalam seminggu. Riset ini mengungkapkan kecenderungan terkait kebiasaan perilaku konsumen millennial dalam menggunakan *mobile e-commerce application*. Gojek menunjukkan bahwa mereka menjadi ojek online favorit dikalangan millennial dibandingkan pesaingnya yaitu Grab sebanyak 70,4% responden memilih menggunakan Gojek, sedangkan responden yang memilih Grab hanya sebesar 45,7%. Responden menilai kinerja Gojek lebih baik daripada Grab, hal ini dapat ditunjukkan dengan keunggulan Gojek di semua indikator *Brand Performance*. Indikator pertama yaitu image dengan penilaian Gojek 71,7% dan Grab 70,2%. Loyal merupakan indikator yang kedua dengan 70,6% penilaian untuk Gojek dan

69,9% untuk Grab. Engagement merupakan indikator ketiga dengan nilai 69,8% untuk Gojek dan 68,2% untuk Grab. Indikator yang keempat yaitu Performance 70,7% untuk Gojek dan 69,4% untuk Grab.

Pada riset yang telah dilakukan oleh Lembaga Demografi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia (LD FEB UI) menunjukkan bahwa hampir 86 persen mayoritas konsumen Gojek dinilai setia telah menggunakan layanan tersebut meski terkadang tidak ada potongan harga atau promo. Hingga Juni 2021, aplikasi Gojek ini telah banyak diunduh hingga lebih dari 190 juta kali, ini menandakan bahwa Gojek ini semakin menjadi andalan bagi masyarakat. Tingkat loyalitas pengguna Gojek terutama pada fitur GoCar memiliki tingkat paling tinggi yaitu 81 persen dan juga pengguna Gojek bahkan tidak sungkan untuk merekomendasikan atau mempromosikan layanan yang telah mereka gunakan kepada orang lain. Gojek mendapatkan posisi sebagai aplikasi *on-demand* dengan jumlah pengguna aktif bulanan terbanyak di Indonesia sepanjang tahun 2018 dan lebih tinggi dari kompetitor lainnya. (Kumparan.com, Kompas.com, Suara.com).

Hal ini tercemin juga dalam top brand award kategori jasa transportasi online. Top Brand Award adalah penghargaan yang diberikan kepada merek-merek terbaik pilihan konsumen. Penghargaan ini diberikan kepada merek-merek yang telah meraih predikat TOP dan telah memiliki performa yang luar biasa di pasar Indonesia. Penghargaan ini telah diberikan berdasarkan penilaian yang telah diperoleh dari hasil survey berskala

nasional dibawah penyelenggaraan Frontier Consuling Group. Pada tahun 2021 Frountier telah melaksanakan TOP Brand Survei yang telah dilakukan di 15 kota di Indonesia, yaitu Jakarta, Bandung, Semarang, Yogyakarta, Surabaya, Malang, Medan, Palembang, Pekanbaru, Samarinda, Balikpapan, Banjarmasin, Makassar, Manado dan Denpasar. Pemilihan merek terbaik berdasarkan atas pilihan konsumen Indonesia. Merek-merek yang telah mendapatkan predikat TOP Brand ini merupakan hasil asli dari pemilihan konsumen, oleh karena itu pemilihan merek yang telah dilakukan TOP Brand bersifat independen. Dalam mencapai kesuksesan sebuah merek terdapat 3 macam kriteria pada TOP Brand Index yaitu *Top of mind (Mind share)*, *Market share (Last usage)*, dan *Commitmen share (Future intention)* dengan menggunakan 3 macam kriteria ini TOP Brand memberikan gambaran tentang kondisi merek yang berada di pangsa pasar. Kriteria yang pertama adalah *Top of mind* yaitu kesadaran akan merek dengan memposisikan diri sebagai pelanggan sebagai kategori produk yang telah ditentukan. Kriteria kedua adalah *Market share* yaitu memperlihatkan kekuatan merek dalam pasar sehingga dapat berkaitan erat dengan perilaku pembelian ulang produk pada pelanggan. Kriteria yang ketiga adalah *Commitmen share* yaitu memperlihatkan kekuatan merek dalam mendorong pelanggan untuk membeli kembali dimasa mendatang.

Tabel 1. 1 TOP Brand Index Jasa Transportasi Online di Indonesia Tahun 2018-2021

Merek	2018	2019	2020	2021
Gojek	44,9 %	44,6 %	47,3 %	53,0 %
Grab	48,0 %	43,1 %	43,5 %	39,7 %

Sumber: https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_find=gojek

Dapat dilihat pada tabel 1.1 dengan adanya data TOP Brand Index menunjukkan bahwa Gojek merupakan pelopor jasa transportasi online di Indonesia dengan peringkat pertama. Pada tabel diatas bahwa tahun 2019, 2020 dan 2021 membuktikan bahwa Gojek merupakan jasa transportasi online terfavorit di Indonesi yang menduduki posisi pertama, akan tetapi pada tahun 2018 Gojek mengalami penurunan yaitu menduduki posisi kedua. Oleh karena itu, Gojek perlu mengevaluasi faktor dan sebab hal ini dapat terjadi agar pada tahun berikutnya Gojek tetap pada posisi pertama dan selalu stabil sehingga para pelanggan tidak pindah ke perusahaan kompotitor yang lainnya.

Sebanyak 4.668 responden terkait dengan kepuasan pelanggan akan layanan transportasi dari memperoleh data 41% respon merasa dikecewakan. Artinya, terdapat 4 dari 10 pengguna jasa layanan transportasi online merasa dikecewakan dan juga teradapat 13 ragam keluhan yang telah dialami konsumen pengguna jasa layanan online ini yaitu, pengemudi minta dibatalkan 1.041 responden (22,3%), sulit mendapatkan pengemudi 989 responden (21,19%), pengemudi membatalkan secara sepihak 757

responden (16,22%) dan aplikasi map rusak/error 612 responden (13,11%). Para pengguna jasa transportasi online juga mengeluhkan tentang kondisi kendaraan yang kurang baik, pengemudi ugal-ugalan, kendaraan berbau asap rokok dan pengemudi merokok saat berkemudi. (mediaindonesia.com).

Kekecewaan konsumen pada jasa layanan transportasi online pada aplikasi GoCar ini juga terdapat pada situs forum internet yang berada pada aplikasi twitter yang telah dirangkum oleh peneliti.

Tabel 1. 2 Keluhan Pelanggan Menggunakan Layanan GoCar

NO.	Keluhan Pelanggan Menggunakan Layanan GoCar
1.	Customer merasa tidak nyaman dan aman karena kualifikasi mobil tidak layak untuk digunakan.
2.	Driver tidak sopan kepada pelanggan dan menyetir tidak aman sehingga customer tidak puas dengan layanan GoCar.
3.	Customer memesan GoCar dengan pembayaran Gopay tetapi driver tidak datang dan saldo Gopay customer berkurang.
4.	Customer service yang tidak merespon keluhan para pelanggan pengguna GoCar.
5.	Customer memesan GoCar tetapi tidak bisa mengakses nomer telepon dan chat driver bahkan estimasi waktu pick up order juga tidak bisa diakses.
6.	Customer memesan GoCar sudah lama menunggu driver tidak datang tiba-tiba mendapatkan notif dari aplikasi Gojek bahwa pesanan sudah selesai.
7.	Pengemudi minta untuk dibatalkan/cancel order karena lokasi penjemputan yang jauh.
8.	Plat kendaraan pada pemesanan layanan GoCar tidak sesuai dengan nomor plat yang telah tercantumkan di aplikasi.

Sumber: Twitter.com (2022)

Dilihat pada tabel 1.2 terdapat berbagai kekecewaan para pelanggan terhadap pengguna layanan GoCar yang telah penulis rangkum melalui aplikasi

twitter. Peneliti juga melakukan survey awal atau pra survey pada transportasi online GoCar yang melibatkan 20 responden pengguna jasa transportasi online pada GoCar. Berikut hasil data kuesioner pra survey:

Tabel 1. 3 Data Kuesioner Pra Survey

NO.	Pernyataan	Ya	Tidak	Responden
1.	Saya yakin Gojek selalu berusaha memberikan jasa terbaik untuk kepuasan pelanggan pengguna GoCar.	9	11	20
2.	Pengemudi selalu tepat waktu untuk penjemputan.	8	12	20
3.	Pelayanan yang diberikan pada pengemudi GoCar sesuai dengan harapan.	13	7	20
4.	Saya percaya bahwa pengemudi GoCar berperilaku jujur kepada Customer.	9	11	20
5.	Menggunakan layanan GoCar lebih dari satu kali.	14	6	20
6.	Kondisi kendaraan GoCar selalu baik.	13	7	20

Sumber: Pra Penelitian (2022).

Berdasarkan hasil kuesioner pra survey diatas pada pelanggan pengguna GoCar. Menunjukkan bahwa terdapat kekecewaan konsumen pada pelayanan dari GoCar, hal ini merupakan salah satu indikasi bahwa harus adanya evaluasi dan perbaikan dari sebuah perusahaan yaitu Gojek.

Faktor utama keberhasilan pada suatu perusahaan ditandai dengan banyaknya pelanggan yang loyal, semakin lama loyalitas seorang pelanggan terhadap suatu perusahaan, semakin besar juga laba yang dihasilkan yang diperoleh dari pelanggan dari suatu perusahaan (Griffin, 2005). Loyalitas pelanggan akan terbangun ketika terdapat kepercayaan terhadap sebuah perusahaan. Kepercayaan

seorang pelanggan sangat penting bagi sebuah perusahaan karena perusahaan tidak dapat membangun hubungan dengan baik tanpa adanya suatu kepercayaan (Kurniassari dan Ernawati, 2012 dalam Ramdhany Aris 2022).

Kepercayaan menjadi andalan dalam membina hubungan karena tingginya kepercayaan pelanggan melalui suatu perusahaan, oleh karena itu membuat perusahaan tersebut menjadi kuat dalam membina suatu hubungan dengan pelanggan. Oleh karena itu, hal ini sama dengan teori yang dikemukakan oleh (Nugroho Wahyu, dkk 2013 dalam Supertini, dkk 2020) mengatakan bahwa hubungan antara kepercayaan pelanggan dengan loyalitas pelanggan jika semakin tinggi kepercayaan pelanggan pada suatu produk atau jasa, maka akan semakin tinggi juga tingkat kesetiaan pelanggan pada suatu merek.

Selain kepercayaan pelanggan, yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan yaitu kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan pada suatu perusahaan akan timbul ketika terdapat pengalaman bertransaksi dengan sebuah perusahaan sehingga dapat memberikan reaksi yang positif dari pelanggan (Kurniasari dan Ernawati, 2012 dalam Supertini, dkk 2020). Kepuasan pelanggan dapat mempengaruhi sikap pelanggan setelah menggunakan atau merasakan produk maupun jasa yang telah ditawarkan, oleh sebab itu pelanggan akan merasa puas dan akan mengulangi menggunakan jasa yang telah ditawarkan. Hal tersebut sama dengan teori yang telah diciptakan oleh (Tjiptono 2012 dalam Supertini, dkk 2020) yang mengatakan bahwa kepuasan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja suatu produk atau hasil yang dirasakan dengan apa yang diharapkan.

Berdasarkan fenomena yang telah diamati diatas, terdapat masalah yang berhubungan dengan kepercayaan pada GoCar, seperti pengemudi GoCar bersikap tidak sopan dan menyetir mobil dengan tidak aman sehingga membuat pelanggan tidak akan percaya lagi untuk menggunakan GoCar serta terdapat masalah juga dengan kepuasan pada pengguna GoCar yang dimana pelanggan tidak puas karena pelanggan telah menunggu lama driver GoCar tetapi driver tersebut tidak datang dan membatalkan sepihak. Oleh karena itu, perlu adanya tanggapan atau evaluasi yang lebih baik agar GoCar ini dapat unggul ditengah persaingan jasa layanan transportasi online yang semakin ketat.

Berdasarkan latar belakang di atas maka penelitian ini mengambil judul “Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna GoCar di Kota Surabaya.

1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang dikemukakan diatas maka rumusan masalah yang dapat di ajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna layanan GoCar?
2. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna layanan GoCar?

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk menemukan, membangun dan menguji kebenaran pada rumusan masalah yang telah dikemukakan diatas, maka tujuan yang akan di capai dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna layanan GoCar.
2. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna layanan GoCar.

1.4 Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini, penulis berharap dapat memberikan kontribusi yang baik bagi banyak pihak. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan menambah pengetahuan ataupun informasi tentang pengaruh kepuasan dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan gocar.

2. Bagi Peneliti

Sebagai bahan informasi dan evaluasi bagi perusahaan guna meningkatkan kualitas dan kinerja sebuah perusahaan.

3. Bagi Universitas

Sebagai tambahan koleksi perpustakaan, bahan referensi dan bahan masukan bagi penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan masalah yang ada.