

BAB 1

PENDAHULUAN

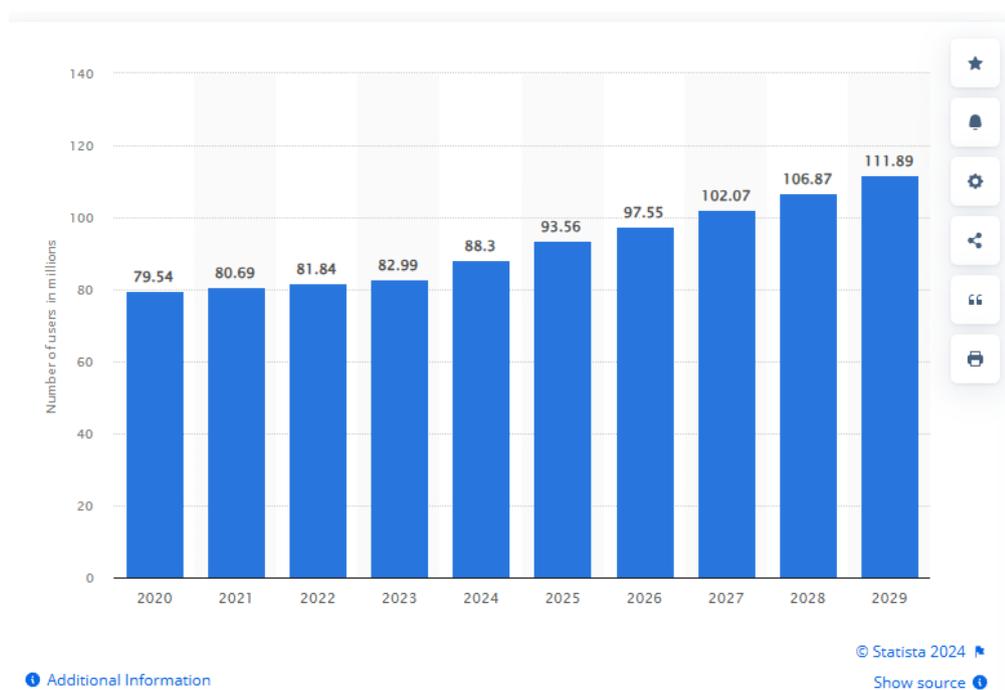
1.1 Latar Belakang

Pada era digital saat ini, perubahan signifikan telah terjadi di berbagai sektor, termasuk dunia bisnis. Keberadaan teknologi kini menjadi bagian fundamental dalam berbagai aspek kehidupan sosial. Pergeseran perilaku konsumen yang semakin mengarah pada digitalisasi telah menciptakan peluang sekaligus tantangan baru bagi pelaku bisnis. Kemudahan akses terhadap informasi melalui perangkat digital telah mengubah cara konsumen mencari, membandingkan, dan membeli produk atau jasa. Di sisi lain, persaingan yang semakin ketat mendorong perusahaan untuk mencari cara-cara baru dalam meningkatkan efisiensi operasional dan memberikan nilai tambah kepada pelanggan.

Perkembangan teknologi yang signifikan ini telah memberikan dampak transformatif, termasuk dalam industri transportasi. Fenomena transportasi online menjadi salah satu bukti nyata bagaimana transformasi digital mengubah pola kehidupan masyarakat dari cara tradisional menuju pendekatan yang lebih modern dan efisien. Perkembangan sistem informasi telah menciptakan inovasi transportasi online yang mampu mempermudah aktivitas mobilitas masyarakat. Platform seperti ojek online, taksi daring, dan layanan berbagi kendaraan telah merevolusi cara orang bergerak, menghubungkan antara pengguna dan penyedia layanan transportasi melalui aplikasi pintar.

Digitalisasi membawa perubahan mendasar dalam cara masyarakat berinteraksi dan menyelesaikan kebutuhan transportasi. Dampak positif dari kemajuan teknologi transportasi online terlihat dari peningkatan aksesibilitas, kemudahan pemesanan, transparansi harga, dan keamanan perjalanan. Masyarakat kini dapat dengan mudah memesan transportasi, melacak perjalanan, dan memilih opsi yang paling sesuai kebutuhan.

Gambar 1. 1 Proyeksi Penggunaan Transportasi Online di Indonesia



Sumber: Statista (2024)

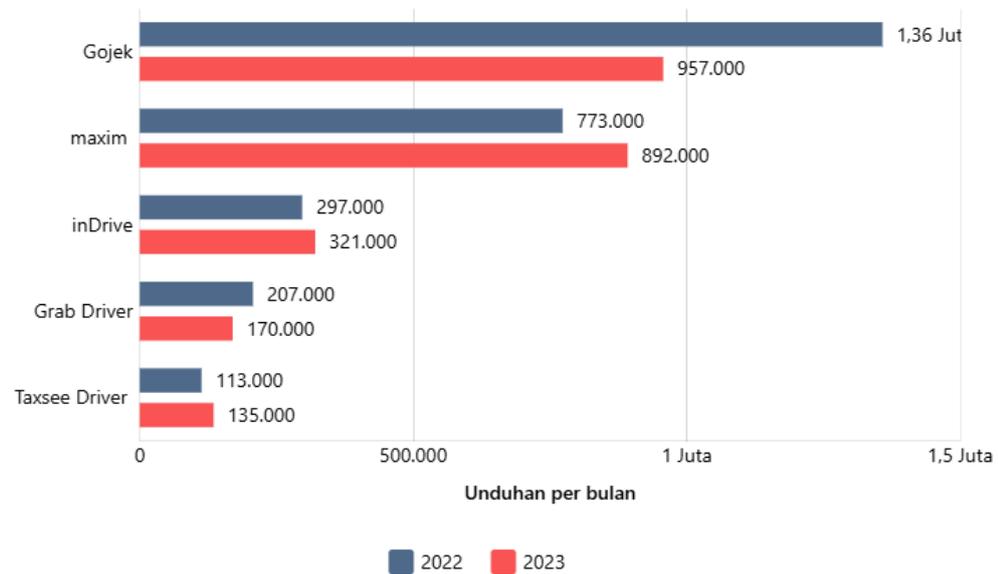
Transportasi online telah menjadi salah satu solusi mobilitas yang signifikan di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir. Berdasarkan proyeksi yang ditampilkan dalam gambar 1.1, jumlah pengguna transportasi online di Indonesia terus menunjukkan tren peningkatan dari tahun 2020 hingga 2029.

Pada tahun 2020, tercatat jumlah pengguna mencapai 79,54 juta. Tren ini berlanjut naik secara konsisten, dengan estimasi mencapai 111,89 juta pengguna pada tahun 2029.

Pertumbuhan ini menunjukkan bahwa transportasi online telah menjadi bagian penting dalam gaya hidup masyarakat modern, terutama di daerah perkotaan yang menghadapi tantangan mobilitas tinggi. Faktor-faktor seperti kemudahan akses, tarif yang kompetitif, serta fleksibilitas waktu menjadikan layanan transportasi online semakin diminati. Proyeksi peningkatan ini juga memberikan peluang besar bagi penyedia layanan transportasi online untuk terus berinovasi dan meningkatkan kualitas layanan guna memenuhi permintaan yang semakin tinggi.

Transformasi digital dalam transportasi tidak sekadar mengubah cara bertransportasi, tetapi juga menciptakan ekosistem ekonomi baru. Ribuan pengemudi dapat memperoleh pendapatan, sementara konsumen mendapatkan layanan yang lebih efisien dan terjangkau. Munculnya berbagai platform transportasi digital telah menciptakan lingkungan persaingan yang semakin kompetitif di antara penyedia layanan.

Gambar 1. 2 Data Unduhan Transportasi Online



Sumber: databoks (2023)

Industri transportasi online di Indonesia terus berkembang pesat seiring dengan kebutuhan masyarakat akan solusi mobilitas yang cepat dan efisien. Berdasarkan data unduhan aplikasi transportasi online di tahun 2022 dan 2023, terlihat adanya perubahan signifikan pada jumlah pengguna yang mengunduh berbagai platform transportasi online. Aplikasi Gojek mendominasi dengan unduhan tertinggi, mencapai 1,36 juta unduhan per bulan pada tahun 2022, namun mengalami penurunan menjadi 957 ribu unduhan per bulan pada tahun 2023. Sementara itu, Maxim menunjukkan pertumbuhan positif dengan peningkatan jumlah unduhan dari 773 ribu di tahun 2022 menjadi 892 ribu pada tahun 2023. Tren ini menunjukkan adanya peningkatan daya tarik terhadap alternatif layanan transportasi online. Di sisi lain, inDrive juga mengalami peningkatan jumlah unduhan dari 297 ribu di tahun 2022 menjadi 321 ribu pada tahun 2023, yang menandakan potensi pertumbuhan aplikasi ini di pasar

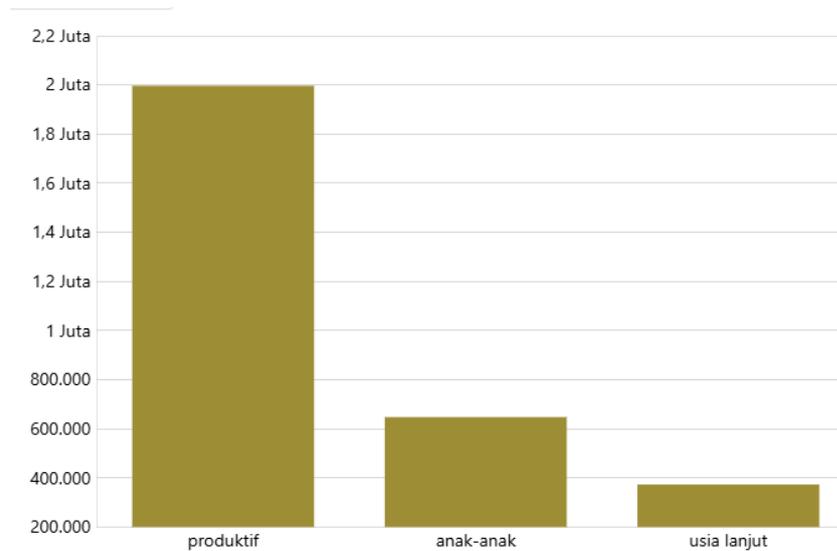
Indonesia. Sebaliknya, aplikasi Grab Driver mengalami penurunan signifikan dari 207 ribu menjadi 170 ribu unduhan. Hal serupa juga dialami oleh Taxsee Driver, yang hanya mengalami kenaikan tipis dari 113 ribu unduhan menjadi 135 ribu unduhan pada periode yang sama.

Dari data unduhan transportasi online tersebut, diketahui bahwa Gojek masih mendominasi jumlah unduhan, meskipun mengalami penurunan di tahun 2023. Menariknya, sebagai pendatang baru dalam industri transportasi online, inDrive menunjukkan peningkatan jumlah unduhan, dari 297 ribu unduhan pada 2022 menjadi 321 ribu unduhan pada 2023. Hal ini menandakan bahwa meskipun inDrive masih tergolong pemain baru, kehadirannya mulai menarik perhatian masyarakat dan memiliki potensi untuk terus berkembang. Peningkatan ini menunjukkan bahwa inDrive mulai mendapatkan kepercayaan dari pengguna dan bersaing dengan penyedia layanan yang telah lebih dulu mapan.

Aplikasi inDrive semakin populer karena menawarkan fleksibilitas dalam menentukan harga melalui fitur negosiasi tarif langsung antara pengguna dan pengemudi. Hal ini memberikan pengalaman berbeda dibandingkan aplikasi transportasi online lainnya, sehingga menarik minat pengguna. Pada tahun 2024, inDrive mencatat peningkatan signifikan dalam jumlah unduhan, khususnya di kota-kota besar seperti Jakarta dan Surabaya. Di kota metropolitan, mayoritas penduduk berusia produktif dan aktif bekerja, berbisnis, atau menempuh pendidikan. Kehadiran banyak lapangan kerja, pusat bisnis, dan industri menarik lebih banyak tenaga kerja usia produktif, sehingga

meningkatkan mobilitas harian. Tingginya aktivitas ini mendorong permintaan transportasi, baik pribadi maupun umum dan online, terutama pada jam sibuk. Semakin besar populasi usia produktif, semakin tinggi pula kebutuhan perjalanan sehari-hari.

Gambar 1. 3 Jumlah Penduduk di Kota Surabaya



Sumber: databoks (2024)

Berdasarkan data dari Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Surabaya, pada tahun 2024, penduduk usia produktif (15-59 tahun) di Surabaya mencapai 66,16% dari total populasi. Jumlah penduduk di Kota Surabaya tercatat 3,02 juta jiwa data per 2024, ini berarti sekitar 2 juta jiwa berada dalam rentang usia produktif. Tingginya jumlah penduduk usia produktif mencerminkan dinamika aktivitas ekonomi, seperti bekerja, berbisnis, dan menempuh pendidikan, yang mendorong meningkatnya kebutuhan mobilisasi di dalam kota. Sebagai kota metropolitan terbesar kedua di Indonesia dengan kepadatan penduduk dan tingkat kemacetan yang tinggi, inDrive hadir di

Surabaya sebagai solusi praktis bagi kebutuhan transportasi masyarakat. Dengan berbagai fitur unggulan, jumlah mitra pengemudi inDrive di Surabaya telah mencapai sekitar 1.500 orang dan terus bertambah setiap harinya (Syarief, 2019).

Perkembangan layanan transportasi online di Indonesia telah menciptakan persaingan ketat di antara para penyedia jasa.

Gambar 1. 4 Transportasi Online Pilihan Masyarakat Indonesia



Sumber: Survei GoodStats (2023)

Berdasarkan survei GoodStats tahun 2023, Gojek masih mendominasi sebagai layanan ojek online pilihan utama masyarakat dengan persentase 54,4%. Di posisi kedua, Grab meraih 29,9%, sementara Maxim mengikuti

dengan 12,3%. Adapun, inDrive sebagai salah satu pendatang baru hanya meraih 2,4%, sedangkan layanan lainnya mencatat 0,9%. Meskipun inDrive menunjukkan peningkatan jumlah unduhan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir, data survei GoodStats 2023 mengungkapkan bahwa tingkat penggunaan layanan ini masih berada di posisi bawah, hanya meraih 2,4%. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun banyak pengguna yang mengunduh aplikasi, tidak semua memilih untuk menggunakan InDrive sebagai layanan transportasi utama.

Jika ditinjau dari ulasan yang ada pada aplikasi InDrive di Google Play Store, masih banyak keluhan yang masuk terkait layanan InDrive.

Gambar 1. 5 Keluhan Pengguna inDrive



Sumber: Google PlayStore (2024)

Seperti salah satu keluhan yang disampaikan oleh pengguna bernama Sopi Elfath Navisah terkait pengalaman tidak memuaskan saat menggunakan layanan InDrive. Pengguna menyatakan telah membatalkan pesanan hingga tiga kali karena pengemudi yang tidak jelas. Dalam aplikasi, estimasi waktu kedatangan pengemudi sudah ditampilkan, namun kenyataannya pengguna harus menunggu lebih lama, bahkan hingga setengah jam, tanpa kepastian. Kondisi ini menyebabkan kepanikan dan ketidaknyamanan bagi pengguna, terlebih lagi pengemudi tidak memberikan konfirmasi mengenai kesediaan mereka untuk menjemput.

Keluhan seperti ini menunjukkan adanya masalah dalam akurasi estimasi waktu kedatangan serta kurangnya komunikasi yang efektif antara pengemudi dan pengguna. Apabila situasi ini terus berulang, maka kepuasan pelanggan terhadap layanan InDrive dapat semakin menurun. Pengguna yang merasa kecewa cenderung akan mencari alternatif lain dengan beralih ke layanan transportasi online lainnya yang mampu menawarkan pelayanan lebih baik, seperti estimasi waktu yang lebih akurat, komunikasi yang responsif, serta profesionalisme pengemudi dalam melayani penumpang.

Untuk menjaga loyalitas pengguna dan mencegah perpindahan ke layanan transportasi online lain, InDrive perlu melakukan upaya perbaikan dalam meningkatkan kualitas layanannya. Kualitas layanan merupakan kemampuan penyedia layanan dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan penerima layanan dengan baik (Richadinata *et al.* 2024:69). Kualitas layanan berhubungan

dengan sejauh mana layanan dapat memenuhi ekspektasi dan kebutuhan konsumen. Dua faktor yang memengaruhi kualitas layanan adalah ekspektasi (*expectation*) dan kinerja layanan (*performance*) (Zikri dan Harahap Ikhsan, 2022). Layanan dianggap baik jika sesuai dengan harapan konsumen, dan jika kinerja layanan memenuhi ekspektasi, maka kualitasnya dianggap tinggi.

Kualitas layanan juga didasari oleh lima dimensi utama (Tjiptono, 2019) dalam penelitian Masili *et al.* (2022) yaitu bukti fisik (*tangible*) yang merupakan wujud nyata perhatian dan kepedulian penyedia jasa terhadap konsumen. Tangible merujuk pada aspek fisik yang mencakup bukti nyata, seperti fasilitas perusahaan, kelengkapan sarana, serta penampilan karyawan (Jasmine, 2024). Empati (*empathy*) merupakan wujud kepedulian dengan memberikan perhatian personal dan berupaya memahami kebutuhan setiap pelanggan (Noor Rofian, 2021). Empati adalah suatu layanan yang dapat memberikan kesan dan perhatian dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan menjalankan komunikasi yang baik (Jasmine, 2024). Keandalan (*reliability*) merupakan kemampuan untuk memberikan layanan yang tepat dan sesuai janji atau komitmen perusahaan dimana aspek ini sangat krusial karena ketidakcocokan antara layanan yang diterima dengan janji yang diberikan dapat menurunkan tingkat kepuasan konsumen (Jasmine, 2024). Daya tanggap (*responsiveness*) merupakan kesiapan untuk membantu dan memberikan pelayanan dan merespon kebutuhan pelanggan dengan cepat (responsif) dan tepat. Membiarkan konsumen menunggu tanpa alasan yang jelas dapat menimbulkan persepsi negatif terhadap kualitas layanan. (Irma &

Saputra, 2020). Jaminan (*assurance*) yang mencakup keamanan dan kepercayaan pengguna terhadap layanan. Hal ini mencerminkan pengetahuan dan sikap penyedia layanan dalam membangun kepercayaan dan keyakinan pelanggan terhadap layanan yang ditawarkan, sehingga pelanggan merasa aman dan nyaman dalam menggunakan layanan (Masili *et al.*, 2022).

Kualitas layanan yang baik dan melampaui harapan pelanggan akan menciptakan kepuasan pelanggan. Menurut Kotler dan Keller (2008) dalam Saputra dan Ilma (2020), kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul ketika seseorang membandingkan persepsi dengan harapan mereka. Jika layanan tidak memenuhi harapan, pelanggan akan merasa tidak puas. Jika layanan sesuai harapan, pelanggan akan merasa puas. Namun, jika layanan melebihi harapan, pelanggan akan merasa sangat puas dan senang.

Perbaikan kualitas layanan dapat dilakukan dengan menggunakan metode Service Quality (SERVQUAL) yang mengukur kesenjangan antara harapan pelanggan dan persepsi terhadap layanan yang diterima. Dimensi SERVQUAL dapat membantu mengidentifikasi aspek layanan mana yang masih belum memenuhi harapan pelanggan dan memerlukan peningkatan. Selain itu, pendekatan Model Kano dapat digunakan untuk memahami kebutuhan pelanggan lebih dalam dengan mengklasifikasikan atribut layanan berdasarkan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan, apakah suatu fitur merupakan kebutuhan dasar (*must-be*), kebutuhan kinerja (*one-dimensional*), atau faktor yang memberikan nilai tambah (*attractive*).

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Uyuunul Maudzoh dan Esa Rengganis S (2020) dengan judul “Analisis Kepuasan Pelanggan Dengan Integrasi Servqual dan Model Kano Untuk Meningkatkan Mutu Pelayanan Transportasi Online” menunjukkan bahwa metode Servqual efektif dalam mengetahui kualitas layanan serta mengukur kesenjangan kualitas layanan melalui lima dimensi utama, sementara Model Kano mengkategorikan atribut layanan berdasarkan tingkat kepuasan pelanggan. Kombinasi kedua metode ini memberikan analisis yang lebih komprehensif dalam meningkatkan mutu layanan transportasi online.

Dengan menggabungkan kedua metode ini, inDrive dapat menyusun strategi perbaikan layanan yang lebih terarah untuk memenuhi harapan pelanggan, meningkatkan kepuasan, serta mencegah mereka beralih ke kompetitor. Jika perbaikan ini tidak segera diimplementasikan, penurunan kepuasan pelanggan berpotensi terjadi, yang dapat berdampak negatif pada loyalitas pengguna dan pangsa pasar inDrive di tengah persaingan industri transportasi online yang semakin ketat.

Berdasarkan data dan teori yang telah dipaparkan, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai bagaimana kualitas layanan yang diberikan oleh inDrive berkaitan dengan tingkat kepuasan pelanggan. Penelitian ini akan difokuskan pada responden yang berasal dari masyarakat Surabaya, guna memahami sejauh mana kualitas layanan inDrive berupa bukti fisik, empati, keandalan, daya tanggap, dan jaminan memengaruhi kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, penulis merumuskan judul penelitian: "Analisis Kualitas Layanan

Terhadap Kepuasan Pelanggan Transportasi Online dengan Metode *Service Quality* (SERVQUAL) dan Model Kano (Studi pada inDrive di Kota Surabaya)."

1.2 Rumusan Masalah

Berikut adalah rumusan masalah dalam penelitian ini:

1. Bagaimana kualitas layanan InDrive saat ini berdasarkan persepsi pelanggan di Kota Surabaya?
2. Apakah terdapat kesenjangan antara harapan pelanggan dan persepsi terhadap layanan InDrive di Kota Surabaya berdasarkan metode *Service Quality* (SERVQUAL)?
3. Atribut kualitas layanan mana saja yang perlu ditingkatkan untuk kepuasan pelanggan InDrive berdasarkan model Kano?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukan penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis kualitas layanan InDrive berdasarkan persepsi pelanggan di Kota Surabaya.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis kesenjangan antara harapan pelanggan dan persepsi terhadap layanan InDrive menggunakan metode *Service Quality* (SERVQUAL).
3. Untuk mengidentifikasi atribut pelayanan yang perlu diprioritaskan untuk diperbaiki oleh InDrive melalui model Kano.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penulisan ini yaitu:

1. Hasil penelitian ini dapat membantu perusahaan khususnya InDrive dalam memahami kualitas layanan mereka melalui persepsi pengguna, serta membantu perusahaan menentukan aspek layanan yang perlu diperbaiki berdasarkan atribut yang paling penting bagi pelanggan.
2. Sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya yang mengambil topik kualitas layanan transportasi dan kepuasan pelanggan.