

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Upaya emansipasi wanita saat ini semakin sering dilakukan. Dibandingkan dengan 10 hingga 30 tahun yang lalu, lebih banyak wanita yang mengenyam pendidikan dan memiliki gaya hidup yang lebih baik. Tidak cukup akurat untuk mencirikan ini sebagai pembebasan. Dalam beberapa tahun terakhir, topik ketimpangan gender mendapat banyak perhatian dari masyarakat. Pada kenyataannya, ketidaksetaraan antara laki-laki dan perempuan mungkin sudah dirasakan dalam pilihan, tanggung jawab, dan pengambilan keputusan di dalam rumah tangga dan di tempat kerja. Ini terbukti dari titik masuk melalui pendidikan, beban kerja, jalur karir yang berkembang, dan terakhir, pekerjaan yang ditawarkan. Kesenjangan ini, menurut ILOSTAT (2016), terlihat pada kesenjangan gender yang signifikan di banyak negara.

Badan Kesetaraan Gender di Tempat Kerja (2018) menyatakan bahwa ketika kesenjangan gender di tempat kerja berkembang menjadi diskriminasi gender, hal itu menghilangkan kesempatan pekerja dan mengurangi potensi penghasilan mereka. Menurut Gender Equality in Workplace Organization (2018), perempuan sangat rentan mengalami diskriminasi gender yang parah dan seringkali diberikan preferensi kedua dalam pekerjaan. Perempuan berjuang untuk mencapai kemandirian dan menghadapi berbagai tugas, dari yang sehari-hari hingga yang luar biasa rumit. Anak perempuan sering bekerja di industri kecil bergaji rendah dan tunduk pada undang-undang dan ekspektasi budaya yang membatasi waktu dan peluang karier mereka.

Berbeda dengan 63% wanita yang percaya ini adalah masalah, 41% orang percaya wanita dan pria menikmati posisi yang setara di tempat kerja,

menurut jajak pendapat oleh Center for Creative Leadership (2019). Hasil di atas menunjukkan perbedaan persepsi hampir 22% di antara 300 profesional Asia Pasifik yang menanggapi studi tersebut. Menurut pandangan ini, masih banyak perempuan yang bergantung dan membutuhkan kesetaraan dalam bekerja. Bahkan menurut catatan kesenjangan gender sedunia di dewan diskusi keuangan dunia (2020), perempuan tidak akan lagi memiliki pemulihan yang sama di parlemen hingga tahun 2065 dan dapat mengisinya dengan sebaik mungkin. Kepemimpinan seorang perempuan sering dipertanyakan dan tidak lagi diprioritaskan.

Menurut penelitian dari McKinsey (2019), peluang perempuan untuk lulus rekrutmen lebih kecil daripada laki-laki meskipun perempuan tersebut memiliki riwayat pendidikan yang lebih baik. Sementara karyawan membagi cara, jarak akan meningkat di mana hanya tujuh puluh sembilan wanita telah dipromosikan menjadi manajer dibandingkan dengan seratus pria. Hal ini juga didukung oleh banyaknya personel perempuan yang diterima dalam rekrutmen sehingga perempuan memiliki kesempatan yang lebih kecil untuk mengisi posisi manajemen puncak dan kendali menengah dibandingkan laki-laki. Informasi konvensional yang dibutuhkan wanita dalam peran 2D akan menyebabkan inefisiensi yang berkelanjutan, sehingga banyak gerakan diharapkan untuk mengalahkannya.

Diskriminasi ini berdampak pada kepuasan karyawan termasuk keuntungan, peluang usaha, peluang kursus karir, peluang pengambilan keputusan, dan peluang untuk mendapatkan peran yang lebih tinggi. Gerakan ini dapat dilakukan dengan cara menerapkan kesetaraan gender di lingkungan kerja. Organisasi secara langsung dan tidak langsung mengalami dampak dari pemaksaan kesetaraan gender, beberapa pemimpin perusahaan percaya dan mengakui bahwa kesetaraan gender dapat meningkatkan produktivitas dan

peningkatan usaha komersial secara drastis. Keinginan pemberi kerja untuk melakukan kesetaraan gender merupakan *win-win solution* di berbagai bidang.

Layanan ojek online PT. Go-jek Indonesia menyediakan layanan yang efisien dan bermanfaat. Nadiem Makarim meluncurkan PT. Go-Jek Indonesia, pelopor dalam industri ojek internet, pada tahun 2010 dan mulai beroperasi pada tahun 2011. (Pratama, 2015). Ojek online menggunakan ojek dan sepeda motor sebagai alat transportasinya, menjadikannya sama dengan ojek pada umumnya. Namun karena sudah terintegrasi dengan kemajuan teknologi, ojek online bisa dibidang lebih maju dibandingkan ojek pada umumnya. Go-Jek memudahkan pengguna jasa memanggil driver ojek dengan menggunakan aplikasi di smartphone (ponsel). Pembeli hanya perlu melakukan pemesanan melalui telepon, mengetahui kisaran biaya yang diperlukan. Tagihan dibuat dalam *cash* dan *non-cash* dengan kredit yang dapat diisi ulang melalui utilitas. Go-jek kini bukan lagi fitur sederhana sebagai alat transportasi manusia atau barang tetapi juga bisa digunakan untuk membeli barang atau bahkan memesan makanan.

Ada 4.668 responden dalam jajak pendapat YLKI terhadap pengguna transportasi online dari 5 hingga 16 April 2017, dengan komposisi 55% laki-laki dan 45% perempuan. Dibandingkan dengan ketersediaan transportasi online yang lambat laun digunakan dan dipekerjakan oleh orang-orang yang cukup umur karena responden survei didominasi usia operasional. Berdasarkan survey yang dilakukan, ternyata masih ada ketidakpuasan pelanggan setelah menggunakan penawaran transportasi online.

Kepuasan adalah keseluruhan tahap kesenangan dan kesenangan yang diharapkan pelanggan dari ulasan dengan layanan (Ha & Jang, 2010). kesenangan pembeli, khususnya bagaimana konsumen merasa puas, dimana pembeli merasa senang berarti harapannya terpenuhi atau terlampaui (Fata, 2015). Kebahagiaan pelanggan sangat penting untuk mengembangkan loyalitas

pelanggan (Chang & Fong, 2010). Loyalitas pembeli dan kebahagiaan pelanggan sangat erat kaitannya, dengan pelanggan yang puas menjadi pelanggan setia (Prasada & Ekawati, 2018). Pelanggan lebih cenderung merasa loyal terhadap suatu layanan atau produk jika mereka menerima kebutuhan yang mereka miliki setelah menggunakannya, yang membuat mereka mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan cukup menikmati pengalaman untuk melakukan pembelian lebih lanjut. Pelanggan yang senang dengan suatu produk akan membelinya lagi (Kitapci, Dortyol, Yaman, & Gulmez, 2013). Kesenangan pelanggan adalah konsep penting dalam disiplin pemasaran dan manajemen, khususnya di sektor jasa Heung & Tianming (2012), karena jauh lebih mudah untuk memuaskan dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada daripada terus mencari atau menemukan pelanggan baru, biaya mempertahankan pelanggan lebih rendah daripada nilai menemukan klien baru (Buttle, 2017:28).

Selain itu, kenyamanan pelayanan juga berperan dalam membangun loyalitas dan kepuasan klien. Menurut Tjiptono (2017: 143) ada 5 pandangan tentang kebaikan, salah satunya adalah bahwa kebaikan itu terlihat tergantung dari orang yang menilainya, sehingga produk yang paling memuaskan pilihan seseorang adalah produk yang paling memuaskan, sehingga loyalitas pelanggan dapat tercipta, menurut Durianto (2011: 4), "pembeli yang loyal biasanya akan membeli merek tersebut meskipun dihadapkan pada banyak alternatif produsen barang dagangan yang saling bersaing yang menawarkan ciri produk unggulan dilihat dari berbagai sudut.

Berdasarkan fenomena yang terjadi saat ini, permasalahan gender yang sering terjadi adalah terkait dengan ketidakadilan bagi perempuan atas fungsi dan hak-haknya yang harus setara dengan laki-laki, baik secara hukum tertulis maupun tidak tertulis. namun kini nampaknya ternyata ketidakadilan ini telah tergerus melalui kesetaraan gender seiring dengan kejadian-kejadian. Sehingga

saat ini banyak sekali pekerjaan yang dulunya hanya boleh dilakukan oleh laki-laki, namun sekarang perempuan juga mulai banyak melakukan pekerjaan tersebut, bahkan lebih dikuasai laki-laki. salah satu pekerjaan yang didominasi oleh laki-laki adalah tukang ojek (Gojek). Dengan adanya aplikasi ini dapat membuka proses lowongan baik untuk pria maupun wanita. Agar saat ini tidak ada lagi hambatan yang lebih besar antara perempuan dan laki-laki dalam hal pekerjaan. dalam hal kualitas pelayanan, penilaian didasarkan pada peringkat kekuatan motif yang diberikan oleh klien setelah Anda memiliki layanan dari perangkat lunak lintas jek. Semakin tinggi rating yang diberikan, juga akan meningkatkan kepuasan pelanggan atas pelayanan yang telah dirasakan.

Namun, jika rating yang diberikan oleh pelanggan tidak sesuai, maka akan berdampak pada kinerja tenaga penggerak yang bersangkutan, yang sangat penting bagi driver dan bisnis karena banyaknya persaingan dalam disiplin ilmu. Ojek online di Indonesia, sehingga hal ini dapat menentukan loyalitas pelanggan, sehingga antara kebanggaan pelanggan dan loyalitas harus diperhatikan dengan seksama karena didorong oleh banyak hal, salah satunya adalah kesetaraan gender dan kualitas pelayanan dari Gojek.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Pemberdayaan Kesetaraan Gender Dalam Menjamin Loyalitas Pelanggan Pada Perusahaan Go-Jek Di Kota Surabaya”**.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, masalah penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah kesetaraan gender berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada perusahaan Go-jek di surabaya?
2. Apakah kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan pada

perusahaan Go-jek di kota Surabaya?

3. Apakah kesetaraan gender berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada perusahaan Go-jek di kota Surabaya?
4. Apakah Kualitas pelayanan mempengaruhi loyalitas pelanggan pada perusahaan Go-jek kota Surabaya?
5. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada perusahaan Go-jek di kota Surabaya?
6. Apakah kesetaraan gender berpengaruh terhadap loyalitas pembeli yang dimediasi oleh kepuasan konsumen terhadap perusahaan Go-Jek di kota Surabaya?
7. Apakah kualitas pelayanan mempengaruhi loyalitas pelanggan yang dimediasi melalui kepuasan pelanggan perusahaan Go-Jek di kota Surabaya?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari tampilan ini meliputi:

1. Untuk mengetahui pengaruh kesetaraan gender terhadap kepuasan pelanggan pada perusahaan Go-Jek di kota Surabaya
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada perusahaan Go-Jek di kota Surabaya
3. Untuk mengetahui pengaruh kesetaraan gender terhadap loyalitas pelanggan pada perusahaan Go-Jek di kota Surabaya
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas klien pada perusahaan Go-Jek di kota Surabaya
5. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan pada perusahaan Go-jek di kota surabaya

6. Untuk mengetahui pengaruh kesetaraan gender terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan pembeli perusahaan Go-Jek di kota Surabaya
7. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen yang dimediasi oleh kebanggaan konsumen pada perusahaan Go-Jek di kota Surabaya

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

Berdasarkan hal-hal di atas, maka manfaat penelitian ini bertujuan untuk:

1. Aspek Akademis
  - a. Peneliti diharapkan dapat menambah wawasan dengan cara menerapkan ilmu yang telah diterima di bangku kuliah pada prinsipnya dalam disiplin ilmu.
  - b. Penelitian ini menjadi media referensi bagi peneliti-peneliti selanjutnya yang nantinya akan menggunakan ide dan dasar penelitian yang sama, khususnya mengenai manajemen periklanan, khususnya unsur-unsur yang mempengaruhi loyalitas klien dan kepuasan konsumen, khususnya kualitas pelayanan dan kesetaraan gender.
2. Aspek pengembangan pengetahuan teknologi
  - a. Diharapkan hasil penelitian ini dapat digunakan untuk membuktikan teori dan menambah kerangka pemahaman dalam bidang penelitian tentang manajemen periklanan dan pemasaran, terutama loyalitas pelanggan dan kebanggaan pelanggan.
  - b. Efek dari studi ini dapat memberikan kontribusi yang sangat berharga bagi pengembangan teknologi manajemen periklanan, khususnya dalam penerapan strategi periklanan dan pemasaran melalui pelayanan terbaik dan kesetaraan gender.

### 3. Aspek Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau saran bagi perusahaan perangkat lunak Gojek untuk pembuatan liputan terkait peningkatan loyalitas pembeli dan kepuasan pembeli.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pengamatan bagi korporasi gojek mengenai respon masyarakat terhadap loyalitas pembeli dan kepuasan pelanggan yang dapat memberikan strategi periklanan dan pemasaran lainnya.