

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Pada era moderen seperti sekarang ini transportasi murah dan cepat sangatlah dibutuhkan dengan mempertimbangkan kepadatan dijalanan dan diiringi dengan padatnya jadwal kerja yang harus dilakukan masyarakat perkotaan, Go-Jek memberikan solusi menarik untuk masyarakat perkotaan dan memberikan alternatif solusi transportasi murah mudah dan aman tentunya

Go-jek sebagai penyedia aplikasi layanan transportasi yang berbasis android bekerjasama dengan pemilik kendaraan bermotor khususnya roda dua telah mencuri hati khalayak ramai dengan sistem yang mudah dan murah, hal ini dikarenakan adanya kemajuan teknologi dan kecanggihan alat informasi, dalam dunia batas-batas menjadi semakin kecil membuat kompetisi diberbagai aspek kehidupan akan meningkat tajam, tidak terkecuali pada sektor jasa. Kompetisi yang semakin tajam tersebut menjadikan konsumen semakin penting bagi perusahaan. Saat ini konsumen dihadapkan pada banyak pilihan sehingga tidak hanya kualitas layanan saja yang menjadi penting tapi kehadiran program yang memberikan kemudahan juga menjadi sangatlah penting untuk memberikan kemudahan bagi konsumen untuk bisa menikmati produk atau jasa yang ditawarkan.

Pemilihan waktu dan strategi pemilik aplikasi dengan melihat pasar di Surabaya khususnya sangatlah jitu, mengingat padatnya kendaraan

diajalan dan sulitnya mencari transportasi yang cepat murah dan efisien mulai terjawab dengan keberadaan gojek.

Meski awal munculnya gojek banyak menimbulkan prokontra dikalangan tukang ojek konvensional namun semakin lama masyarakat semakin tereduksi bahwa sistem aplikasi gojek sangat menguntungkan baik oleh pelaku ojek (tukang ojek) maupun untuk masyarakat pengguna layanan gojek tersebut.

Gojek sendiri sebenarnya sudah lama beroperasi di Jakarta. Didirikan pada tahun 2011 oleh Nadiem Makarim dan Michaelangelo Moran, PT Go-jek Indonesia menghubungkan pemilik ojek dengan calon penumpangnya lewat sistem dan aturan tertentu. Layanan sejenis 'ojek panggilan' ini bertujuan agar tukang ojek yang biasanya menghabiskan waktu mangkal di satu tempat bisa lebih produktif dan menghasilkan di lain sisi, penumpang yang biasanya kesulitan menemukan ojek bisa mendapatkan tukang ojek, tepat pada saat yang dibutuhkan. Awalnya, perusahaan dengan slogan "*An Ojek for Every Need*" ini hanya mengandalkan fasilitas call center dalam menjalankan bisnisnya. Sangat tidak efisien, karena setiap ada pesanan, staf Gojek harus menghubungi satu per satu tukang ojek yang kosong lewat telepon. Tapi sejak diluncurkannya aplikasi pemesan Gojek berbasis Android dan iOS, bisnis ini pun berkembang pesat. Aplikasi yang dibuat terhitung canggih dan memudahkan pengemudi maupun penumpang ojek. Penumpang cukup memesan lewat ponsel, mengetahui kisaran tarif yang harus dibayar, dan bisa melacak keberadaan ojek yang dipesan ataupun menghubunginya langsung via ponsel/SMS. Pembayaran pun dapat dilakukan secara non-

tunai, yaitu lewat sistem kredit yang bisa di-top-up lewat aplikasi ([http://www.kompasiana.com/iskandarjet/menebak-masa-depan-gojek-level-ii-inovasi-hijau\\_558b55bcb29273750bc2e986](http://www.kompasiana.com/iskandarjet/menebak-masa-depan-gojek-level-ii-inovasi-hijau_558b55bcb29273750bc2e986))

Hingga awal Juni 2015, Gojek sudah memiliki 10 ribu armada sepeda motor di Jakarta, Bali, Bandung dan Surabaya. Ini berarti sebuah pertumbuhan yang pesat, dari hanya 1000 armada di tahun 2014, lalu naik jadi 3000 per April 2015. Kehadirannya di kota-kota besar lain pun tinggal menunggu waktu, demi melihat pesatnya pengguna Gojek yang jumlah pengunggah aplikasinya sudah mencapai 100 ribu orang.

Dengan semakin berkembangnya jumlah pengguna jasa gojek maka gojek sendiri terus berbenah untuk lebih meningkatkan kepuasan para pelanggannya, kepuasan adalah suatu proses yang dinamis dan harus selalu di pantau secara berkala oleh suatu perusahaan manufaktur atau jasa, karena pada dasarnya kepuasan inilah yang menghasilkan profit atau revenue pada perusahaan.

Gojek di Surabaya hadir melengkapi wilayah yang selama ini sudah lebih dahulu digarap oleh pihak Gojek seperti Jakarta, Bandung, Bali dan Surabaya, sebagaimana gojek di kota-kota sebelumnya disurabayapun gojek disambut sangat antusias oleh pelanggan dan pelaku gojek itu sendiri (tukang ojek) yang bergabung dengan PT Go-jek, dengan memanfaatkan ketenaran gojek yang sudah booming maka gojek di Surabaya tidak perlu waktu lama untuk meraih hati pelanggannya. Kepuasan pada pelanggan akan tercipta jika aplikasi dan layanan Gojek bisa bekerjasama dengan baik, meskipun jumlah calon pelanggan banyak namun aplikasi yang tersedia susah di download atau jumlah tukang ojek yang bergabung dengan sistem

ini sedikit maka semuanya tidak akan berjalan secara efektif. Jika konsumen merasa kurang puas dengan jasa yang diterima maka konsumen itu mungkin akan melakukan beberapa tindakan yaitu melakukan keluhan atau berpindah langsung ke pesaing lainnya.

Kepuasan dapat berubah, hal ini dikarenakan tingkat ekspektasi atau harapan semakin tinggi terhadap suatu produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan. Kenaikan tingkat harapan ini dapat dikarenakan penghasilan konsumen yang semakin tinggi, sehingga menuntut adanya kualitas yang lebih. Meningkatnya tingkat persaingan terutama dalam bidang komunikasi, termasuk iklan dan aktifitas promosi, informasi dan janji-janji yang diterima pelanggan ini akhirnya menaikkan harapan pelanggan. Dan yang terakhir pelanggan mempunyai lebih banyak alternatif produk atau jasa yang dapat dipilih.

Pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang di harapkan (Lupiyoadi,2001:158).

Kepuasan pelanggan merupakan pendekatan yang penting untuk dapat mempertahankan pelanggan seperti di kemukakan oleh Kotler (1997 : 48 bahwa "*a letter approach to customer retention is to deliver high customer satisfaction* " maka tanpa adanya kepuasan pelanggan badan usaha tersebut sulit untuk bertahan dalam menghadapi persaingan yang kompetitif, kalau pelanggan tidak terpuaskan maka akan mudah berpindah ke badan usaha lain yang sejenis .

Berdasarkan pada uraian latar belakang diatas, maka peneliti menganggap perlu adanya suatu kajian "**Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek Di Surabaya**".

## 1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan hal-hal yang dijelaskan diatas, maka dalam penulisan ini dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah *tangible* atau bukti fisik berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa Gojek di Surabaya?
2. Apakah *reliability* atau keandalan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa Gojek di Surabaya?
3. Apakah *responsiveness* atau ketanggapan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa Gojek di Surabaya?
4. Apakah *assurance* atau jaminan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa Gojek di Surabaya?
5. Apakah *empathy* atau empati berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa Gojek di Surabaya?
6. Apakah *tangible* atau bukti fisik, *reliability* atau keandalan, *responsiveness* atau ketanggapan, *assurance* atau jaminan, dan *empathy* atau empati secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa Gojek di Surabaya?

## 1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah maka tujuan penelitian dirumuskan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui *tangible* atau bukti fisik berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa Gojek di Surabaya.
2. Untuk mengetahui *reliability* atau keandalan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa Gojek di Surabaya.

3. Untuk mengetahui *responsiveness* atau ketanggapan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa Gojek di Surabaya.
4. Untuk mengetahui *assurance* atau jaminan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa Gojek di Surabaya.
5. Untuk mengetahui *empathy* atau empati berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa Gojek di Surabaya.
6. Untuk mengetahui *tangible* atau bukti fisik, *reliability* atau keandalan, *responsiveness* atau ketanggapan, *assurance* atau jaminan, dan *empathy* atau empati secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa Gojek di Surabaya.

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

Dari penelitian yang di lakukan di harapkan dapat memperoleh manfaat sebagai berikut:

##### **A. Bagi Perusahaan**

Memberikan bahan masukan bagi perusahaan dalam menentukan strategi pemberian layanan pada pelanggan sehingga kepuasan yang didapat menimbulkan pengaruh positif terhadap peningkatan jumlah pelanggan.

##### **B. Bagi Peneliti**

Sebagai sarana untuk melakukan penelitian secara ilmiah guna menambah pengalaman dan pengetahuan dalam bidang Manajemen.