

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan usaha bisnis saat ini semakin pesat, itu semua bisa kita lihat dari tingkat persaingan antar perusahaan yang semakin tinggi, selain itu kondisi perekonomian yang senantiasa mengalami perubahan dalam mempengaruhi dunia usaha dan pola perilaku masyarakat. Oleh karena itu perusahaan juga dituntut untuk menerapkan konsep-konsep pemasaran yang jelas dan sesuai dengan kondisi segmen pasar yang menjadi fokusnya agar tetap berkompetensi dengan perusahaan-perusahaan lainnya.

Pada zaman ini manusia semakin hari semakin kreatif dan inovatif menciptakan bisnis baru, terutama bisnis yang menyediakan jasa transportasi. Karena manusia pada zaman sekarang membutuhkan transportasi yang cepat, nyaman, aman dan mudah ditemukan. Di daerah perkotaan seperti Kota Padang yang cukup luas dan penduduknya yang lumayan padat, kemacetan sering terjadi dan masyarakat juga banyak yang menggunakan kendaraan pribadi sehingga memicu kemacetan tersebut. Untuk masyarakat yang menggunakan transportasi umum lebih jenuh ketika menghadapi kemacetan yang terjadi.

Dengan bermunculan berbagai masalah transportasi, semakin banyak pula bisnis sektor jasa transportasi yang berpeluang untuk berbisnis, seperti bisnis dalam skala besar taxi, bus sampai skala kecil becak motor, angkot ataupun ojek pangkalan. Untuk memenuhi kebutuhan akan jasa transportasi tersebut, perlu adanya penyedia jasa yang memberikan pelayanan yang baik dan inovatif.

Inovasi bukanlah hanya sekedar proses penciptaan sesuatu yang baru, tetapi dia juga merupakan produk actual atau outcome (hasil). Bagi bisnis penghasil jasa, outcome bukan hasil output, akan tetapi modifikasi dari pelayanan yang sudah ada.

Jasa transportasi online merupakan jasa transportasi yang memanfaatkan kemajuan teknologi. Teknologi diciptakan tujuannya untuk mempermudah segala aktivitas-aktivitas manusia yang dilakukan sehari-hari. Begitu juga halnya jasa transportasi online. Transportasi berbasis online diciptakan dengan tujuan untuk mempermudah seseorang yang ingin berpergian. Perusahaan jasa transportasi menyediakan pelayanan untuk individu melakukan rutinitas dalam meningkatkan efisiensi dan mobilitas yang padat. Banyak jasa transportasi memberikan pelayanan baik, namun dalam memahami kebutuhan dan kepuasan penumpang masih terbatas.

Go-Jek adalah sebuah perusahaan yang bergerak dibidang pelayanan transportasi online. Perusahaan ini bermula pada tahun 2010 sebagai perusahaan transportasi roda dua melalui panggilan telepon, Go-Jek kini telah tumbuh menjadi *on-demand mobile platform* dan aplikasi terdepan yang menyediakan berbagai layanan lengkap mulai dari transportasi, logistic, pembayaran, layanan antar makanan dan berbagai layanan *on-demand* lainnya. Perusahaan Go-Jek bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan pekerja di berbagai sector informal di Indonesia. Kegiatan Go-Jek bertumpu pada 3 nilai pokok yaitu kecepatan, inovasi, dan dampak social. www.go-jek.com

Go-Jek merupakan perusahaan yang berjiwa sosial yang memimpin revolusi industri transportasi Ojek. Karena efektifitas tujuan perusahaan ini yang bermitra kepada pengendara Ojek yang berpengalaman semakin baik dan meningkatnya peminat pelanggan sehingga Go-Jek dikembangkan di kota-kota besar lainnya seperti khususnya daerah Jabodetabek, Bandung, Medan, Padang, Surabaya, Bali dan kota-kota lainnya.

Kehadiran PT Go-Jek Indonesia di Kota Padang pada tanggal 6 April 2017 lalu, sejak kehadiran Go-Jek di kota Padang menjadi alat alternative masyarakat untuk bepergian. Kantor pusatnya beralamat di Jl. Olo Ladang No. 18, Purus, Padang Barat. Go-Jek menjadi solusi utama dalam pengiriman barang, pesan antar makanan, dan bepergian ketika macet. Berkiprah di kota Padang lebih kurang 2 tahun. Konsumen merasa lebih mudah dan cepat memakai Go-Jek dengan harga yang terjangkau.

Aplikasi Go-Jek juga dapat diunduh pada smartphone yang memiliki sistem operasi iOS atau pun Android. Dengan menggunakan aplikasinya di smartphone pelanggan dapat diantar dan dijemput sesuai tujuan. Selain itu Go-Jek juga menyediakan layanan lainnya seperti Go-Ride, Go-Send, Go-Car, Go-Food, Go-Shop, dan lainnya.

Sedangkan perusahaan pesaingnya yaitu Grab yang sebelumnya dikenal sebagai GrabTaxi adalah perusahaan dari Singapura yang telah beroperasi di Indonesia yang bergerak di bidang pemasaran teknologi aplikasi yang bekerjasama dengan perusahaan rental mobil dan kendaraan pribadi. Grab melakukan penawaran yang menawarkan aplikasi mobile. Grab merupakan

aplikasi interaktif di beberapa negara di asia tenggara. Aplikasi Grab dapat digunakan dengan mudah via smartphone yang menjadi mediasi untuk mempertemukan kebutuhan penumpang sebagai pengguna jasa dengan supir dan mobil sebagai penyedia jasa transportasi.

Di Indonesia Perusahaan Grab awalnya hanya menjadi penyedia aplikasi yang menghubungkan antara konsumen dengan supir taksi konvensional. Dengan kata lain, layanan ini mempermudah para supir taksi konvensional untuk mencari penumpang. Seiring dengan popularitasnya yang semakin meluas, pada 2015 GrabTaxi melakukan ekspansi dengan merilis layanan ojek online yang salah satunya adalah pesaing Go-Jek, yakni Grab-Bike.

Sebelumnya, baru tiga layanan Grab yang tersedia di Kota Padang diantaranya, Grab Taxi (layanan pemesanan taksi), Grab Car (layanan transportasi roda empat) dan Grab Express (layanan kirim barang). Sejatinya, Grab merupakan platform transportasi online yang sudah lama hadir di Kota Padang. Namun, dahulunya, Grab hanya menyediakan satu layanan, yakni Grab Taxi dengan bermitra pada salah satu penyedia taksi. Dengan masuknya GoJek pada Maret 2017 di Kota Padang, hal ini diyakini menjadi faktor utama ekspansi pasar Grab untuk menghadirkan berbagai layanan di Kota Padang.

Selanjutnya layanan ini pun bisa diterima dengan baik oleh masyarakat. Meskipun timbul sedikit kisruh dengan ojek pangkalan namun sama sekali tidak mengganggu operasional kedua perusahaan transportasi online Go-Jek dan Grab. Kemudahan-kemudahan yang telah ditawarkan oleh perusahaan transportasi berbasis online membuat masyarakat beralih menggunakan transportasi online

karena konsumen tidak perlu lagi melakukan tawar menawar harga karena harga dihitung dari jarak tempuh.

Tentunya peran staf garis depan (para driver) mempengaruhi tingkat kepuasan penumpang pada layanan jasa transportasi online, karenanya para driver harus dituntut memberikan pelayanan yang baik agar terciptanya kepuasan penumpang bagi kedua perusahaan jasa transportasi online Go-jek dan Grab Bike.

Selanjutnya untuk melihat perbandingan antara kedua perusahaan yang berbasis online dan mengikuti perkembangan teknologi ini dapat dilihat dalam hasil survey yang dilakukan Top Brand dengan situs website yaitu www.topbrand-award.com. Kedua transportasi online ini termasuk dalam katagori transportasi online terbaik di Indonesia.

Table 1.1
Top Brand Index 2018 Fase 2
Top Brand Award Transportasi Online

Merek	TBI	KATAGORI
Grab	48.0%	Baik
Go-Jek	44.9%	Baik

Sumber: www.topbrand-award.com, 2018

Data yang di peroleh dari Top Brand Index 2018 Fase 2 diatas menunjukkan bahwa kedua armada transportasi online Go-jek dan Grab memasuki katagori top transportasi online di Indonesia. Dengan *top brand index* yang di peroleh grab 48.0% dan Go-jek hanya 44.9%. Dapat diasumsikan Perusahaan Grab lebih baik di bandingkan dengan Perusahaan Go-Jek.

Selanjutnya berdasarkan hasil survey "*Custumers Awareness*" yang dilakukan *Spire Research and Consulting*, 75% sampai 61% responden

menyebutkan bahwa Grab merupakan merek yang mereka gunakan dalam 6 sampai 3 bulan terakhir. Sementara itu, 62% sampai 58% responden memilih menggunakan Go-Jek untuk katagoti yang sama dalam 6 sampai 3 bulan terakhir.

www.tribunnews.com

Selanjutnya peneliti melakukan survey awal terhadap 40 responden penumpang jasa layanan transportasi online Go-Jek dan Grab-Bike di Kota Padang. Adapun hasil survei awal tersebut disajikan pada Tabel 1.2:

Table 1.2
Data Survei Awal
Tingkat Kepuasan Penumpang Go-Jek dan Grab di Kota Padang

No	Pernyataan	Tingkat Kepuasan Responden %		Katagori	
		Go-Jek	Grab Bike	Go- Jek	Grab Bike
1.	Berdasarkan pengalaman, penumpang merasa senang menggunakan Go-Ride sebagai alat transportasi	75	59	Cukup Baik	Kurang Baik
2.	Go-Ride telah memenuhi harapan penumpang	82	54	Baik	Kurang baik
3.	Pelanggan percaya bahwa menggunakan jasa layanan Go-Ride biasanya merupakan pengalaman yang memuaskan	80	59	Baik	Kurang Baik
4.	Secara keseluruhan penumpang percaya, driver Go-Ride menyenangkan hati pelanggan ketika menggunakan layanan Go-Ride	75	58	Cukup Baik	Kurang Baik
Total		78,75	57,5	Cukup Baik	Kurang Baik

Dari Table 1.2 yaitu data survey awal yang di lakukan peneliti dengan tujuan melihat tingkat kepuasan penumpang Go-Jek dan Grab Bike di Kota

Padang. Dalam penyebaran kuesioner peneliti mengambil sampel sebanyak 40 responden 20 diantaranya penumpang Go-jek, dan 20 penumpang Grab-Bike. Dari penyebaran angket survey awal dengan 4 item pernyataan yang berkaitan dengan kepuasan konsumen ditemukan tingkat kepuasan pada penumpang Go-Jek 78.75% di katagorikan cukup baik sedangkan Grab Bike hanya memperoleh 57,5% di katagorikan Kurang baik.

Hasil observasi dan survei tersebut merupakan fenomena yang menarik tentang kepuasan penumpang jasa layanan transportasi online Go-Jek dan Grab Bike di Kota Padang.

Selanjutnya unuk memperkuat data dan fenomena dalam penelitian ini peneliti mengambil acuan dari penelitian sebelumnya yang dikembangkan oleh peneliti. Penelitian yang dilakukan oleh S. Dewi dan Ernawati (2012) dengan judul “analisis perbedaan kepuasan pelanggan dealer toyota dengan dealer daihatsu di yogyakarta ditinjau dari kualitas pelayanan”. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan antara Daihatsu dan kepuasan pelanggan Toyota dalam hal dimensi *tangibles*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Namun ada perbedaan yang signifikan antara kepuasan pelanggan Daihatsu dan dealer Toyota dalam hal dimensi keandalan. Pada dasarnya penelitian ini mirip-mirip dengan penelitian sebelumnya, namun ada beberapa perbedaan yaitu salah satunya penelitian ini berbasis pada perusahaan jasa dan mengikuti perkembangan zaman.

Selanjutnya dalam penelitian ini peneliti hanya berfokus pada layanan jasa pada perusahaan Go-Jek yaitu layanan Go-Ride dan pada perusahaan Grab yaitu

layanan Grab-bike, karena pada layanan Go-Ride dan Grab-bike pelanggan dapat merasakan layanan driver mulai dari pemesanan hingga diantar sampai ke tempat tujuan.

Dengan berbagai alasan yang diterima oleh peneliti salah satunya adalah Perusahaan Go-Jek & Grab-Bike merupakan produk jasa yang mengikuti perkembangan teknologi, fleksibel sesuai dengan kebutuhan masyarakat pada era sekarang, dan kedua perusahaan ini adalah competitor yang sama-sama bersaing dengan dasar layanan jasa transportasi yang persis sama. Data dan Hasil survey tersebut merupakan fenomena yang menarik untuk menganalisis perbedaan tingkat kepuasan ditinjau dari kualitas pelayanan yang di berikan perusahaan jasa layanan transportasi Go-Jek & Grab-Bike di Kota Padang (khususnya layanan Go-Ride dan Grab-Bike).

Berdasarkan fenomena yang terjadi penulis ingin mengetahui dan menganalisis perbedaan kepuasan penumpang transportasi online Go-Jek dan Grab Bike ditinjau dari kualitas pelayanan yang tertulis dalam judul: **“ANALISIS PERBEDAAN KEPUASAN PENUMPANG TRASPORTASI ONLINE GO-JEK DAN GRAB-BIKE DI KOTA PADANG DITINJAU DARI MODEL SERVQUAL”**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan dari hasil latar belakang yang telah di uraikan sebelumnya maka rumusan masalah yang di gunakan adalah:

1. Apakah terdapat perbedaan antara kepuasan penumpang Go-Jek dan Grab-Bike ditinjau dari kehandalan (*Reability*)
2. Apakah terdapat perbedaan antara kepuasan penumpang Go-Jek dan Grab-Bike ditinjau dari bukti fisik (*Tangibles*)
3. Apakah terdapat perbedaan antara kepuasan penumpang Go-Jek dan Grab-Bike ditinjau dari daya tangkap (*Responsiveness*)
4. Apakah terdapat perbedaan antara kepuasan penumpang Go-Jek dan Grab-Bike ditinjau dari jaminan (*Ansurance*)
5. Apakah terdapat perbedaan antara kepuasan penumpang Go-Jek dan Grab-Bike ditinjau dari empati (*Emphaty*)

1.3 Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan peneliti yang hendak di capai adalah:

1. Untuk menganalisis apakah ada perbedaan yang signifikan terhadap tingkat kepuasan penumpang ditinjau dari *Reability* atau kemampuan memberikan service
2. Untuk menganalisis apakah ada perbedaan yang signifikan terhadap tingkat kepuasan penumpang ditinjau dari *Tangibles* atau Bukti fisik

3. Untuk menganalisis apakah ada perbedaan yang signifikan terhadap tingkat kepuasan penumpang ditinjau dari *Responsiveness* atau daya tangkap
4. Untuk menganalisis apakah ada perbedaan yang signifikan terhadap tingkat kepuasan penumpang ditinjau dari *Assurance* atau Jaminan
5. Untuk menganalisis apakah ada perbedaan yang signifikan terhadap tingkat kepuasan penumpang ditinjau dari *Empathy* atau Perhatian

1.4 Manfaat Penelitian

1. Secara praktis, dapat digunakan sebagai bahan masukan untuk mengadakan perbandingan dengan apa yang selama ini dilakukan, sehingga dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil kebijakan-kebijakan atau melakukan perbaikan dimasa yang akan datang.
2. Secara akademis, hasil yang diperoleh dalam penelitian ini nantinya dapat menambah perbendaharaan perpustakaan serta dapat dijadikan sebagai referensi yang bermanfaat bagi peneliti lain dalam melakukan penelitian selanjutnya