



BAB I PENDAHULUAN

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

A. Latar Belakang Masalah

Pada jaman modern ini mobilitas masyarakat semakin tinggi. Kebutuhan akan alat transportasi menjadi kebutuhan utama bagi masyarakat untuk menjalankan aktivitas yang beragam. Dengan adanya perkembangan teknologi maka muncul inovasi dalam bidang transportasi.

Alat transportasi *online* memiliki keunggulan unik yaitu dengan memanfaatkan teknologi dan juga informasi sehingga lebih condong efektif dan juga efisien di dalam penggunaannya. Alat transportasi *online* ini dapat dikelola baik secara profesional dengan mutu pelayanan yang juga terstandarisasi di dalam hal keselamatan, etika kesopanan pengendara dan juga tarif yang sudah baku.

Salah satu dari aplikasi antar jasa ojek *online* yang banyak diminati dan berasal dari Indonesia salah satunya adalah Gojek. Perusahaan Gojek didirikan pada tahun 2010 di Jakarta oleh Nadiem makarim dan pada saat ini Gojek telah tersedia di 50 kota di seluruh Indonesia.

Sekarang ini Gojek banyak dijumpai diberbagai daerah di Indonesia termasuk kota DKI Jakarta. Masyarakat tertarik untuk menggunakan aplikasi Gojek karena Gojek mampu memberikan layanan yang menarik baik dari remaja hingga orang dewasa dan masyarakat pada saat ini menyukai hal-hal yang bersifat instan dan praktis.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

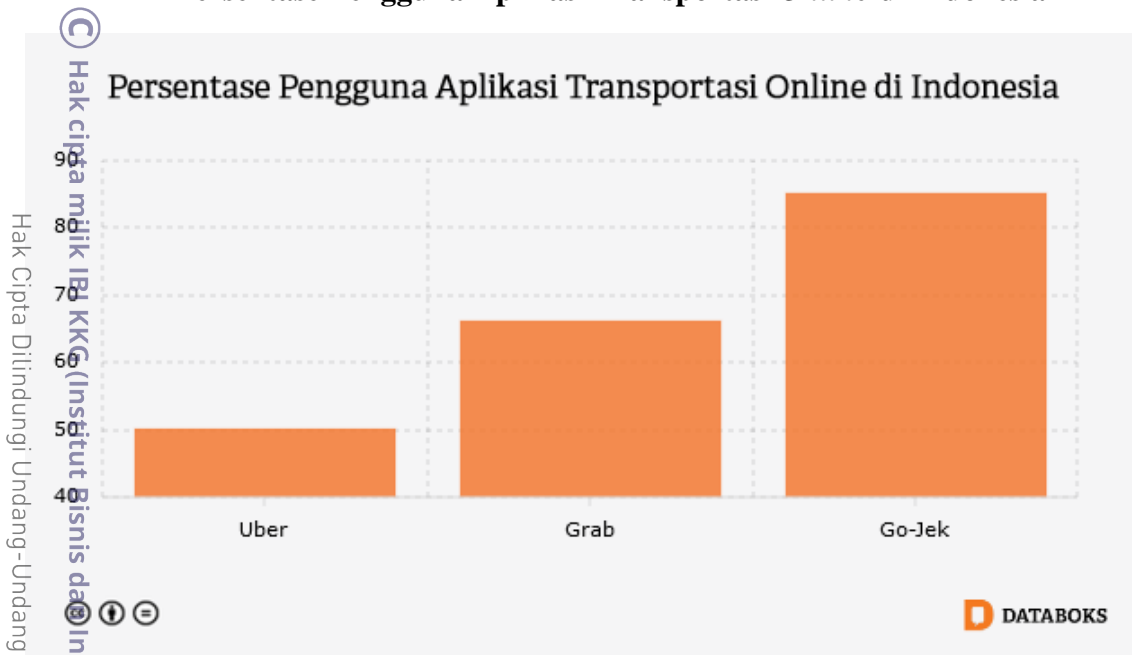
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Gambar 1.1
Persentase Pengguna Aplikasi Transportasi Online di Indonesia



Sumber: Katadata.co.id

Berdasarkan gambar ini pengguna aplikasi Gojek masih lebih banyak dibandingkan dengan kompetitornya hal ini menandakan bahwa banyak konsumen puas menggunakan aplikasi Gojek terlepas dari itu semua kepuasan konsumen ini tercapai karena fitur-fitur yang disediakan oleh Gojek sudah memberikan harapan yang sesuai dengan kemauan konsumen dan untuk fitur-fitur tertentu sudah dapat menjadi alternatif di banding dengan kompetitornya (Setyowati, 2018).

Dapat disimpulkan juga bahwa masyarakat pengguna aplikasi Gojek di Indonesia memiliki kepuasan yang tinggi kepuasan itu sendiri memiliki arti yang di ungkapkan oleh para ahli yaitu menurut Kotler dan Keller (2018:138), kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Apabila kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

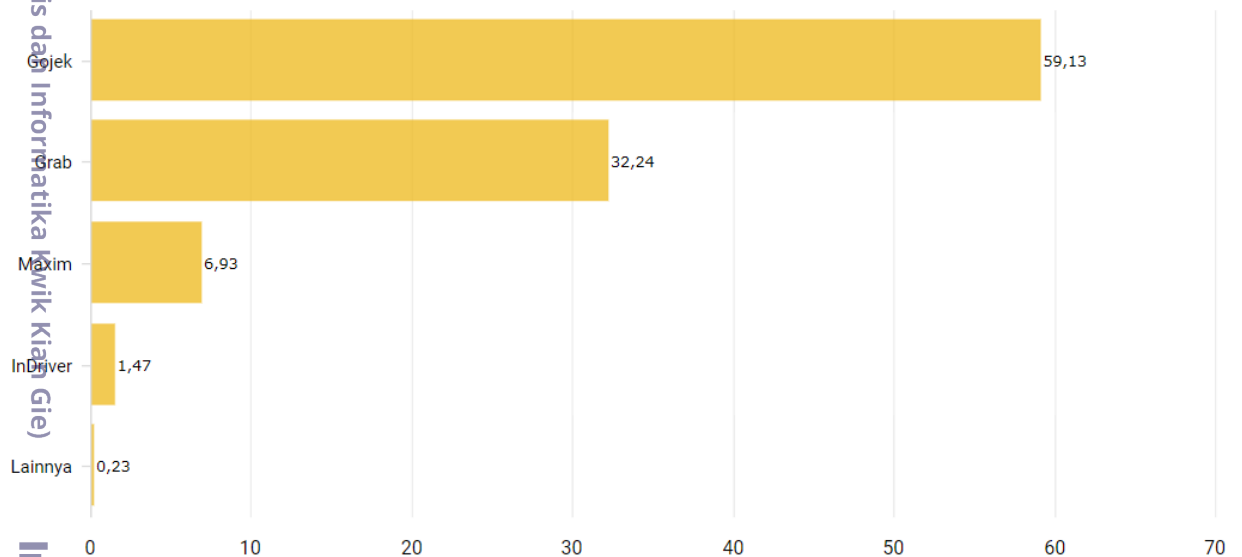
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Beberapa hal yang menjadi pendorong puasnya konsumen menggunakan jasa Go-Jek dikarenakan pilihan jenis layanan pada Go-Jek lebih bervariasi dan promosi-promosi yang diberikan juga lebih membuat konsumen merasa puas dan membuat konsumen setia terhadap jasa tersebut. Hal inipun yang menjadikan salah satu alasan yang menjadi landasan bagaimana masyarakat Indonesia memilih aplikasi Gojek sebagai alat transportasi mereka.

Gambar 1.2
Perusahaan Aplikasi Transportasi Online yang Digunakan Publik
DKI Jakarta (Per September 2022).



Sumber: Databoks.katadata.co.id

Berdasarkan gambar 1.2 diatas survei Badan penelitian dan Pengembangan Kementerian Perhubungan (Kemenhub) mengungkap mayoritas publik paling banyak menggunakan transportasi Gojek. Telah tercatat, sebanyak 59.13 persen dari responden mengaku memilih aplikasi buatan perusahaan dalam negeri yaitu Gojek. Setelah Gojek, masyarakat Jabodetabek menggunakan aplikasi Grab (32,24 persen), Maxim (6,93 persen), inDriver (1,47 persen) dan lainnya (0,23 persen) (Mutia, 2022).

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



Melalui diagram diatas, terlihat bahwa pengguna alat transportasi Gojek di Jabodetabek telah memenangkan persaingan di antara kompetitornya. Dimana untuk dapat memenangkan persaingan, penting bagi pemasar untuk memperhatikan kepuasan pelanggan dengan meningkatkan *service* Gojek terutama pelayanan jasanya.

Hal ini membuktikan bahwa layanan yang diberikan oleh Gojek disukai masyarakat dikarenakan dapat memberikan manfaat seperti menghemat waktu perjalanan, tarif yang lebih murah dan lainnya. Selain itu terdapat fenomena yang terjadi pada saat ini terhadap pelayanan Gojek di Jabodetabek.

Fenomena yang terjadi saat ini banyak masyarakat di kota Jabodetabek yang menggunakan jasa transportasi Gojek dibandingkan jasa transportasi *online* lainnya. salah satu hal yang menjadi dasar pemilihan aplikasi Gojek adalah pelayanannya dengan memperhatikan *adequate service* dan *desired service* yang dimana menurut para ahli *adequate service* adalah tingkat kinerja jasa minimal yang masih dapat diterima berdasarkan perkiraan jasa yang mungkin akan diterima dan tergantung pada alternatif yang tersedia. Layanan yang memadai harapan mewakili "harapan minimum yang dapat ditoleransi" (Zeithaml et al., 2018:53).

Sedangkan *desired Service* yang memiliki arti kinerja jasa yang diharapkan pelanggan akan diterimanya, yang merupakan gabungan dari kepercayaan pelanggan mengenai apa yang dapat dan harus diterimanya. perpaduan dari apa yang pelanggan yakini "dapat" dan "seharusnya" (Zeithaml et al., 2018:53).

Pada fenomena yang terjadi tersebut, dapat di ambil kesimpulan adanya pengaruh hubungan antar variabel *adequate service dan desired service* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Gojek di DKI Jakarta. Dimana jika variabel *adequate service dan desired Service* di tingkatkan maka kepuasan pelanggan Gojek juga

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



akan meningkat begitu juga sebaliknya apabila variabel *desired service* rendah maka kepuasan pelanggan Gojek di DKI Jakarta juga akan rendah.

Berdasarkan uraian dan latar belakang masalah diatas maka penulis tertarik untuk meneliti pengaruh *adequate service* dan *desired service terhadap* kepuasan pelanggan yang kemudian diangkat menjadi judul dalam penelitian ini “Pengaruh *Adequate Service* dan *Desired Service* terhadap kepuasan Gojek di DKI Jakarta”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka dalam penelitian ini penulis ingin mengidentifikasi beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh *adequate service* terhadap kepuasan pelanggan Gojek di DKI Jakarta?
2. Apakah ada pengaruh *desire service* terhadap kepuasan pelanggan Gojek di DKI Jakarta?

C. Batasan Penelitian

Dari penelitian yang telah dilakukan memiliki banyak batasan. Yang di mulai dari keterbatasan waktu, dana dan tenaga. Oleh dikarenakan itu batasan dari penelitian sebagai berikut:

1. Obyek penelitian tersebut adalah perusahaan Gojek.
2. Berdomisili di DKI Jakarta.
3. Pernah menggunakan jasa Gojek.
4. Penelitian ini dilakukan mulai Oktober 2022-Maret 2023.



D. Rumusan Msalah

Berdasarkan Latar belakang masalah diatas, dapat dirumuskan menjadi yang akan dibahas pada penelitian ini yaitu adakah “Apakah ada pengaruh *adequate Service* dan *desired service* terhadap kepuasan pelanggan Gojek di DKI Jakarta”.

E. Tujuan penelitian

Berikut adalah tujuan dari penelitian ini:

1. Untuk mengetahui pengaruh *adequate service* terhadap kepuasan pelanggan.
2. Untuk mengetahui pengaruh *desired service* terhadap kepuasan pelanggan.

F. Manfaat penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara praktis maupun teoritis sebagai berikut:

a. Bagi perusahaan

Agar perusahaan dapat mengetahui faktor-faktor apa yang menjadi harapan pelanggan dan hal apa yang harus dipenuhi oleh perusahaan. Kemudian jika sudah mengetahui perusahaan dapat mengembangkan pelayanan dimasa mendatang.

b. Bagi penulis

Untuk penulis, yaitu dapat mengembangkan ilmu dan wawasan yang telah diperoleh dalam bidang pemasaran serta memperoleh pengetahuan yang baru.

Hak cipta milik ISI KIS (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak cipta dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.