

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi dalam beberapa tahun terakhir membawa perubahan signifikan pada berbagai sektor, termasuk transportasi. Munculnya layanan transportasi berbasis aplikasi atau ojek online telah mempermudah mobilitas masyarakat, terutama di wilayah perkotaan yang padat. Kehadiran layanan ini dinilai praktis karena dapat digunakan tidak hanya untuk mengangkut penumpang, tetapi juga untuk pemesanan makanan, pengiriman barang, maupun belanja kebutuhan sehari-hari..

Indonesia sendiri menjadi salah satu negara dengan jumlah pengguna aplikasi ride-hailing tertinggi di dunia. Data *We Are Social* (2020) mencatat bahwa aplikasi transportasi online menjadi salah satu layanan digital yang paling sering diakses masyarakat. Bahkan, di tengah situasi pandemi, kebutuhan akan transportasi online tetap meningkat karena dianggap efisien dan aman digunakan.

Salah satu perusahaan yang dominan dalam industri ini adalah Gojek. Platform ini dikenal masyarakat luas karena menawarkan berbagai layanan dengan harga yang relatif terjangkau, layanan yang cepat, serta kemudahan akses melalui aplikasi. Namun, di sisi lain, persaingan dengan penyedia transportasi online lain seperti Grab, Maxim, dan InDriver menuntut Gojek untuk terus meningkatkan kualitas layanannya.

Tingkat kepuasan pelanggan menjadi faktor penting agar perusahaan dapat bertahan. Kualitas layanan, ketepatan waktu, dan harga merupakan variabel utama yang sering menjadi pertimbangan konsumen. Pelanggan yang merasa puas cenderung untuk kembali menggunakan layanan, sedangkan ketidakpuasan dapat mendorong mereka beralih ke kompetitor. Oleh karena itu, penting untuk meneliti sejauh mana kualitas layanan, ketepatan waktu, dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Gojek.

Ada driver yang menjadikan ojek online sebagai pekerjaan utama atau sampingan mereka di balik masyarakat yang merasakan manfaat dari keberadaan ojek online. Salah satu cara bagi driver ojek online untuk mendapatkan uang adalah dengan bekerja sama dengan mitra seperti Gojek atau Grab. Namun, ada beberapa individu yang tidak menghargai pekerjaan mereka sebagai driver ojek, mulai dari membatalkan order yang sudah terlanjur dibeli hingga mengirimkan order palsu yang menghasilkan penipuan yang merugikan pengguna dan driver. Selain itu, sebagai pengemudi ojek online, Anda tidak memiliki perlindungan hukum yang luas karena pihak mitra tidak

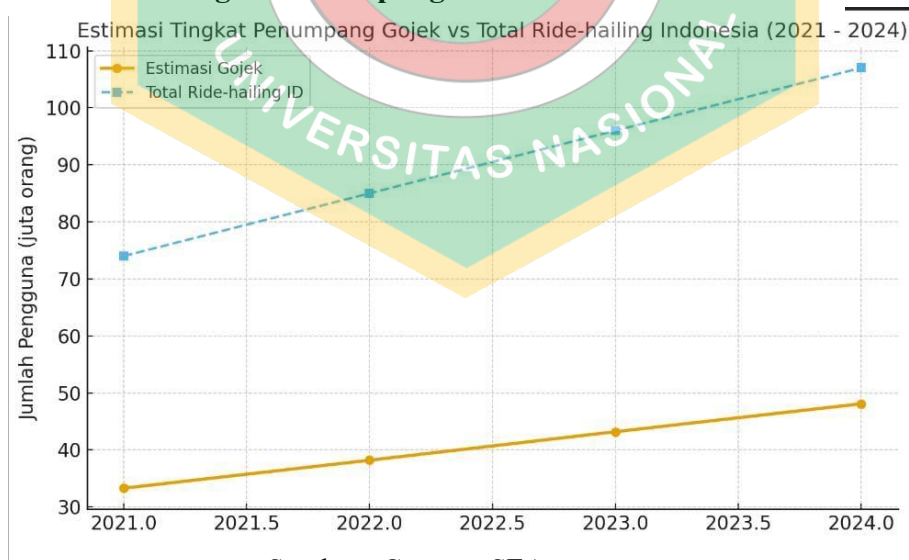
bertanggung jawab secara keseluruhan atas kecelakaan atau kehilangan kendaraan saat Anda mengambil pesanan. Selain itu, driver ojek online menghadapi masalah argo yang rendah.

Perusahaan pengiriman online saat ini bersaing untuk mempertahankan pelanggan mereka dan mencegah mereka beralih ke perusahaan pengiriman online lainnya. Maxim, Gojek, dan InDriver adalah beberapa dari banyak penyedia transportasi online di Indonesia. Masyarakat yang padat di Jakarta terpengaruh oleh aplikasi online ini, yang menyebabkan kemacetan. Menurut Tokhi Hidayah 2024,

Kualitas layanan juga sangat penting, terutama untuk angkutan umum roda dua. Pelayanan terbaik akan memenuhi kebutuhan klien. Penumpang dilayani dari saat mereka memesan sampai saat mereka tiba. Penumpang harus merasa nyaman untuk mendapatkan layanan terbaik. Setiap pengelola layanan transportasi online harus mampu bersaing di pasar dengan menawarkan penumpang yang berkualitas tinggi di pasar yang sangat kompetitif di mana layanan baru muncul. Bukti langsung, kesetiaan, ketepatan waktu, kepercayaan, dan empati adalah kualitas pelayanan (Nurmin Arianto, Lia Asmalah, Fajar Ramadhan 2021).

Tabel berikut menunjukkan penilaian transportasi yang paling sering digunakan Masyarakat :

**Tabel 1.1 Tingkat Penumpang Dari Tahun 2021 - 2024**



Berdasarkan hasil estimasi yang bersumber dari data Statista dan laporan e-Conomy SEA (Google, Temasek, Bain), jumlah pengguna layanan transportasi daring di Indonesia terus

mengalami peningkatan sepanjang tahun 2021 hingga 2024. Dengan asumsi pangsa pasar Gojek sekitar 45% dari total pengguna ride-hailing nasional, jumlah penumpang Gojek diperkirakan menunjukkan tren yang konsisten meningkat setiap tahunnya. Platform perlahan mengecil. Pertumbuhan Maxim memberi sinyal perubahan perilaku pengguna, terutama bagi masyarakat yang lebih sensitif terhadap harga dan terbuka terhadap alternatif baru.

Pada tahun 2021, jumlah penumpang Gojek diperkirakan mencapai sekitar 33,3 juta orang. Angka ini terus bertambah menjadi 38,2 juta orang pada tahun 2022. Pertumbuhan berlanjut di tahun 2023 dengan jumlah pengguna sekitar 43,2 juta orang, hingga akhirnya mencapai 48,1 juta orang pada tahun 2024.

Kenaikan ini menggambarkan bahwa Gojek berhasil mempertahankan posisinya sebagai salah satu pemain utama di pasar transportasi online Indonesia. Selain itu, pertumbuhan ini juga mencerminkan semakin tingginya ketergantungan masyarakat pada layanan transportasi daring sebagai solusi mobilitas sehari-hari yang lebih cepat, praktis, dan terjangkau.

Penelitian ini memiliki masalah dengan pengaruh keberadaan ojek online di Masyarakat sebagai salah satu aktifitas utamanya. Serta keluhan sebagai driver ojek online yang menuntut agar para driver di beri payung hukum yang jelas dengan mitra.

**“Pengaruh Kualitas Layanan, Ketepatan Waktu Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Transportasi Gojek Online.”**

## **B. Rumusan Masalah**

Maraknya jenis transportasi online dikalangan Masyarakat banyak pengaruh positif maupun negative. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka permasalahan penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

- a. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Gojek Online?
- b. Apakah ketepatan waktu berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Gojek Online?
- c. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Gojek Online?

## **C. Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Gojek Online.

2. Menganalisis pengaruh ketepatan waktu terhadap kepuasan pelanggan Gojek Online.
3. Menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan Gojek Online.

#### **D. Kegunaan dan Manfaat Penelitian**

##### 1. Bagi Peneliti

Penelitian ini bermanfaat untuk memperdalam pemahaman mengenai perilaku konsumen, khususnya dalam konteks penggunaan layanan transportasi online, serta mengaplikasikan teori pemasaran yang telah dipelajari selama kuliah.

##### 2. Bagi Pihak Lain

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi perusahaan transportasi online dalam mengevaluasi layanan agar lebih sesuai dengan kebutuhan konsumen.
- b. Penelitian ini juga dapat menjadi bahan rujukan bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji topik serupa.

