

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 LATAR BELAKANG**

Transportasi yang sedang berkembang di Indonesia selama ini semakin pesat. Seiring dengan berjalannya teknologi yang maju dan kreatifitas anak bangsa dalam mengembangkan transportasi dalam bentuk online sudah berkembang awaltahun 2010. Berawal dari *Short Message Service* (SMS) yang di operasikan melalui pesan singkat yang disampaikan pelanggan dengan menginformasikan pengemudi untuk memberikan informasi lokasi penjemputan.

Sejalan dengan perkembangan teknologi transportasi dan kemudahan internet membuat salah satu pendiri aplikasi transportasi pertama di Indonesia, GO-JEK memiliki cara tersendiri yang lebih mudah dalam melakukan pemesanan dalam transportasi. GOJEK merupakan salah satu badan usaha yang mengkonsentrasikan salah satu bidang usahanya di sektor industri jasa transportasi yaitu layanan ojek online. Ojek adalah transportasi umum informal di Indonesia yang berupa sepeda motor atau sepeda, namun lebih lazim berupa sepeda motor. Disebut informal karena keberadaannya tidak diakui pemerintah dan tidak ada izin untuk pengoperasiannya. Penumpang biasanya satu orang namun kadang bisa berdua. Biasanya disertai dengan tawar menawar dengan sopirnya dahulu setelah itu sang sopir akan mengantar ke tujuan yang diinginkan penumpangnya.

Bermula di 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(GO-RIDE, GO-CAR), logistik (GO-MART), pembayaran(GO-PAY), layanan-antar makanan (GO-FOOD), dan berbagai layanan on-demand lainnya.

GO-JEK adalah sebuah perusahaan teknologi berjiwa sosial yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan pekerja di berbagai sektor informal di Indonesia. Kegiatan GO-JEK bertumpu pada 3 nilai pokok: kecepatan, inovasi, dan dampak sosial.

Kecepatan yaitu melayani dengan cepat, dan terus belajar dan terus berkembang dari pengalaman. Inovasi yaitu terus menawarkan teknologi baru untuk mempermudah hidup pengguna GO-JEK. Dampak sosial yaitu memberikan dampak positif sosial sebesar-besarnya untuk masyarakat Indonesia. Para driver GO-JEK mengatakan bahwa pendapatan mereka meningkat semenjak bergabung sebagai mitra dengan mendapatkan akses ke lebih banyak pelanggan melalui aplikasi GO-JEK. Mereka juga mendapatkan santunan kesehatan dan kecelakaan, akses kepada lembaga keuangan dan asuransi, cicilan otomatis yang terjangkau, serta berbagai fasilitas yang lain. GO-JEK telah beroperasi di 50 kota di Indonesia, seperti Jakarta, Bandung, Surabaya, Bali, Makassar, Medan, Palembang, Semarang, Yogyakarta, Balikpapan, Malang, Solo, Manado, Samarinda, Batam, Sidoarjo, Gresik, Pekanbaru, Jambi, Sukabumi, Bandar Lampung, Padang, Pontianak, Banjarmasin, Mataram, Kediri, Probolinggo, Pekalongan, Karawang, Madiun, Purwokerto, Cirebon, Serang, Jember, Magelang, Tasikmalaya, Belitung, Banyuwangi, Salatiga, Garut, Bukittinggi, Pasuruan, Tegal, Sumedang, Banda Aceh, Mojokerto, Cilacap, Purwakarta, Pematang Siantar, dan Madura serta

pengembangan di kota-kota lainnya pada tahun mendatang. (Sumber: <https://www.go-jek.com/about/> , 2017)

Ojek banyak digunakan oleh penduduk kota-kota besar misalnya di Semarang. Karena kelebihanannya dengan angkutan lain yaitu lebih cepat dan dapat melewati sela-sela kemacetan di kota. Selain itu dapat menjangkau daerah-daerah dengan gang-gang yang sempit dan sulit dilalui oleh mobil. Namun berbeda dengan ojek tradisional, atau orang biasa mengenal ojek pangkalan, GO-JEK sangatlah mengikuti perkembangan teknologi. GO-JEK lebih mengacu pada penggunaan teknologi untuk pemesanan ojek itu sendiri.

Target utama sebuah perusahaan transportasi adalah mencari pelanggan. Tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Terdapat 5 dimensi utama sebagai penentu kualitas pelayanan yaitu, bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati. (Dalam *Tjiptono, 2006 : 59*)

Konsumen yang heterogen, tentunya memiliki keterkaitan yang berbeda-beda antar berbagai bidang. Dalam sebuah strategi, perencanaan harus juga memikirkan berbagai cara untuk membangun dan memperkuat citra perusahaan, salah satunya membuat berbagai bentuk layanan.

Namun, disisi lain persaingan-persaingan yang ketat dengan berbagai transportasi yang sudah ada juga menjadikan masalah. Beberapa diantaranya terjadi demo tentang transportasi yang sudah ada seperti ojek pangkalan dengan transportasi *online*. Demo yang sempat meresahkan ini terjadi pada tahun 2016 lalu,

dan masih berkembang di tahun 2017. Demo tersebut terjadi di lingkungan Universitas Diponegoro.

Mitra Mandiri sebagai paguyuban angkutan tradisional mengeluhkan keberadaan pemilik ojek dan taksi online yang sering mangkal di kawasan kampus Universitas Diponegoro (Undip), Tembalang. Paguyuban ini mengaku tindakan yang dilakukan oleh transportasi *online* itu merugikan mereka. Akibatnya, penghasilan mereka berkurang. Mereka meminta para pemilik transportasi online berbagi rejeki dengan sopir angkot dan ojek pangkalan. Caranya dengan menurunkan penumpang di luar area kampus. (Tribun Jateng , 24 Agustus 2017)

Demo selanjutnya juga dilakukan di Kantor Gubernur Jawa Tengah Jalan Pahlawan, Semarang yang dipenuhi dengan taksi konvensional sebanyak 200 armada.

Menurut Suhardi sebagai pengemudi taksi konvensional menolak taksi ilegal yang menggunakan aplikasi beroperasi di Jawa Tengah. Pengemudi taksi konvensional mengharapkan Gubernur segera menegakan aturan taksi ilegal yang beroperasi di Jawa Tengah. Mereka menolak kendaraan berplat hitam dan tidak berbadan hukum namun digunakan untuk mengangkut penumpang atau trayek dan menggunakan aplikasi online. Menurutnya, angkutan umum harus berplat kuning, berbadan hukum, melalui proses uji KIR, dan sebagainya. Sementara yang ada saat ini, adalah kendaraan bermotor berplat hitam serta tak berbadan hukum.

<http://jateng.tribunnews.com> diakses pada 21 November 2017 pukul 19.20.

Selain itu pasca terjadinya demo, Safira Maharani sebagai pengguna ojek online memesan pada tanggal 30 September 2017. Ia memesan ojek dari Sasiun

Besar Poncol Semarang dengan tujuan Tembalang. Namun, pada saat melakukan pemesanan dilakukan pembatalan secara sepihak oleh pengemudi GO-JEK. Safira Maharani yang tidak tahu tentang demo yang sebelumnya terjadi semakin bingung, karena pada saat ia melakukan pemesanan ojek-ojek yang mangkal di hampir semua tempat di lingkungan Tembalang juga sangat ada pengemudi dari ojek tradisional menghampirinya. Pengemudi ojek tersebut menanyakan pada Safira apakah ia memesan ojek online lalu ia mengiyakan. Beberapa kali mencoba memesan melalui aplikasi namun Safira tetap menapakan penolakan dairi pengemudi GO-JEK yang dia tidak tahu. Pada akhirnya Safira memutuskan untuk menggunakan ojek tradisional karena merasa kecewa karena tidak ada penjelasan mengapa di putuskan secara sepihak.

Namun belakangan ini pelanggan Go-Jek mulai mengeluh mengenai driver yang tak kunjung datang namun pada aplikasi pelanggan tertera bahwa driver sudah menyelesaikan mengantar pelanggan dan yang membuat pelanggan semakin marah ialah credit pelanggan yang sudah terpotong. Hal ini sebagian diungkapkan pelanggan melalui media sosial yaitu kepada akun twitter resmi Go-Jek @gojekindonesia pada Gambar 1.1:



**Gambar 1.1 Keluhan Pelanggan Go-Jek Pada Twitter I Sumber:  
Twitter, 2017**

Berdasarkan pengalaman pengguna layanan Go-Jek proses pembayaran melalui credit yang dilakukan pelanggan yaitu dengan cara memilih metode pembayaran pada menu yang disediakan. Ada dua metode pembayaran yang ditawarkan yaitu tunai atau cash dan credit. Ketika pelanggan memilih metode pembayaran dengan cara credit, otomatis ketika driver mengkonfirmasi pada aplikasinya bahwa driver telah menyelesaikan penjemputan dan pengantaran maka credit pelanggan akan otomatis terpotong. Hal ini yang salah dimanfaatkan oleh beberapa driver “nakal”, faktanya mereka tidak menyelesaikan pekerjaan mereka namun seolah-olah mereka telah menyelesaikan penjemputan dan pengantaran pada sistem di aplikasi driver. Ketika driver melakukan hal tersebut, pada aplikasi pelanggan muncul notifikasi bahwa driver telah menyelesaikan pekerjaan mereka dan disanalah credit otomatis terpotong. Untuk menangani hal-hal yang kurang berkenan yang dialami pelanggan, maka Go-Jek memiliki sistem Feedback atau

Review Driver pada aplikasi. Menu tersebut muncul di aplikasi pelanggan ketika driver mengonfirmasi bahwa driver telah menyelesaikan pekerjaan mereka.

Selain masalah di atas akhir-akhir ini juga pengguna sering mengalami aplikasi Go-Jek yang sering error seperti tidak bisanya memesan layanan Go-Jek, pesanan yang double, dan saldo credit yang tidak kunjung bertambah meski sudah menyelesaikan transaksi top-up.

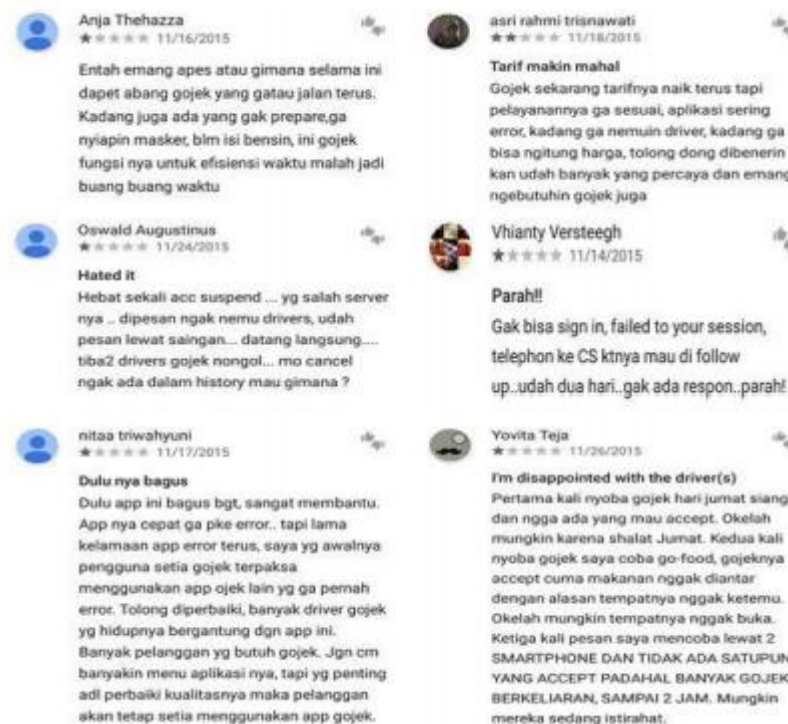
Untuk pengaduan lebih lanjut, Go-Jek menyediakan call center yang dapat dihubungi secara 24 jam untuk menangani masalah itu agar pihak Go-Jek dapat cepat menyelesaikannya. Namun pada tahap pengaduan terkadang masih ada pelanggan yang mengeluh akibat customer service yang tidak menjawab telepon keluhan, entah akibat sedang sibuk ataupun kekurangan sumber daya manusia yang menangani keluhan pelanggan.



**Gambar 1.2 Keluhan Pelanggan Go-Jek Pada Twitter II Sumber: Twitter,**

**2015**

Tidak hanya pada media sosial twitter, pelanggan Go-Jek juga menyampaikan keluhannya pada review aplikasi di Google Play Store seperti yang terlihat pada Gambar 1.3, para pelanggan memberikan rating rendah kepada Go-Jek beserta keluhannya yang dirasakan sendiri oleh pelanggan. Akun Instagram @gojekindonesia pun menjadi media untuk pelanggan memberikan keluhan mereka mengenai Go-Jek yang mereka alami sendiri seperti yang tertera pada Gambar 1.4



**Gambar 1.3 Keluhan Pelanggan Go-Jek Pada Google Play Store Sumber:**

**Google Play Store, 2017**





**Gambar 1.4 Keluhan Pelanggan Go-Jek Pada Instagram @gojekindonesia**

**Sumber: Instagram, 2017**

Jika dirangkum dari beberapa media sosial Twitter, Instagram dan Google Play Store, terdapat beberapa macam keluhan yang dirasakan oleh pelanggan seperti yang tertera di Tabel 1.1

**Tabel 1. 1 Rangkuman Keluhan Pelanggan Go-Jek**

No	Keluhan
1	Driver yang tak kunjung datang atau driver seolah2 telah menyelesaikan order sehingga gojek credit pun otomatis terpotong
2	Saldo credit yang tidak kunjung bertambah meski sudah menyelesaikan transaksi topup
3	Aplikasi yang sering error

4	Tarif gojek yang naik, namun tidak sepadan dengan layanan yang diberikan
5	Customer service yang jarang atau susah mengangkat telfon.

*Sumber: data diolah peneliti*

Masalah-masalah tersebut bisa mengurangi kenyamanan pelanggan Go-Jek dan bisa berdampak buruk bagi Go-Jek. Jika masalah ini terus terjadi tidak menutup kemungkinan pelanggan Go-Jek beralih ke jasa pesaing yang saat ini mulai marak bermunculan khususnya di Kota Semarang. Untuk menunjang kenyamanan dan kelancaran serta mencegah beralihnya pelanggan Go-Jek, perlu adanya evaluasi dalam hal pelayanan agar kepuasan pelanggan dapat meningkat.

Strategi pelayanan yang dilakukan oleh GO-JEK digunakan untuk mempromosikan layanan yang dapat dinikmati oleh pelanggan. Layanan yang disediakan juga berbeda dengan layanan yang diberikan oleh kompetitor (ojek konvensional dan grab bike) diharapkan mampu menarik minat konsumen untuk menggunakan aplikasi GO-JEK. Melihat dari layanan yang mendukung, serta jumlah konsumen yang cukup banyak membuat hal tersebut layak untuk diteliti karena banyak terjadi hal serupa yang diputuskan secara sepihak sehingga dapat menurunkan kualitas pelayanan pada *Driver* GO-JEK. Berdasarkan uraian tersebut, maka Tugas Akhir ini membahas mengenai kegiatan komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh GO-JEK dengan judul “Strategi Pelayanan “*Driver* GOJEK” untuk Mencapai Kepuasan Pelanggan GOJEK di Stasiun Besar Semarang Poncol.”

## **1.2 Rumusan Masalah**

Melihat perkembangan transportasi online di Semarang yang semakin pesat diikuti dengan selera pasar yang semakin besar, hal tersebut seharusnya perusahaan bekerja keras menghadapi persaingan pasar. Berbagai macam cara dilakukan untuk tetap mempertahankan posisi transportasi tersebut di mata konsumen ditengah persaingan transportasi *online* lainnya. Seharusnya GO-JEK dapat memberikan kepuasan terhadap pelanggan atas segala bentuk pelayanan terutama dalam hal strategi pelayanan dari pengemudinya sendiri. Sehingga pada penelitian ini peneliti merumuskan masalah “ Bagaimana Strategi Pelayanan “*Driver* GOJEK” untuk Mencapai Kepuasan Pelanggan GOJEK di Stasiun Besar Semarang Poncol.”

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Untuk mengetahui strategi pelayanan untuk mencapai kepuasan pelanggan GO-JEK di Stasiun Besar Semarang Poncol.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi semua pihak, diantaranya :

### **1.4.1 Manfaat Akademis**

Penelitian ini diharapkan untuk memberikan wawasan serta sumbang pikiran dan dapat dijadikan sebagai bahan refensi kepustakaan dan penelitian khususnya tentang transportasi online.

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada pihak-pihak terkait sebagai bahan evaluasi dan pertimbangan serta memberikan masukan kepada pemerintah, organisasi, perusahaan, atau pelaksana dari ojek online tentang strategi pelayanan.

#### 1.4.3 Manfaat Sosial

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada masyarakat untuk lebih kritis terhadap strategi pelayanan yang diberikan oleh *Driver* GO-JEK.

### 1.5 Kerangka Teori

#### 1.5.1 Kualitas Pelayanan

Kualitas jasa berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan, menurut Wyckof (dalam Lovelock, 1988) yang dikutip oleh (Tjiptono, : 2006 : 59). Dengan kata lain ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa, yaitu *expected service* dan *perceived service* menurut (Parasuraman, et al., 1985) yang dikutip oleh Tjiptono (2006 : 60).

Terdapat 5 dimensi utama sebagai penentu kualitas pelayanan, menurut Zeithaml, Berry, dan Parasuraman yang dikutip oleh Tjiptomo (2009 : 14) :

1. Bukti langsung (*tangibels*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.
2. Keandalan (*reliability*), yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
3. Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu keinginan para staff untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
4. Jaminan (*assurance*), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para *Driver* bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan.
5. Empati, meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para pelanggan.

## 1.6 DEFINISI KONSEPTUAL

Kualitas jasa berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan, menurut Wyckoff (dalam Lovelock, 1988) yang dikutip oleh (Tjiptono, : 2006 : 59). Dengan kata lain ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa, yaitu *expected service* dan *perceived service* menurut (Parasuraman, et al., 1985) yang dikutip oleh Tjiptono (2006: 60).

Terdapat 5 dimensi utama sebagai penentu kualitas pelayanan, menurut Zeithaml, Berry, dan Parasuraman yang dikutip oleh Tjiptono (2009: 14) :

1. *Reliability* (Kehandalan)
2. *Responsiveness* (Ketanggapan)
3. *Assurance* (Jaminan)
4. *Emphaty* (Empati)
5. *Tangibels* (Kenyataan)

## 1.7 DEFINISI OPERASIONAL

Tolok ukur keberhasilan pelayanan ditentukan oleh tingkat kepuasan penerima layanan. Sedangkan tingkat kepuasan penerima layanan ini akan dapat diperoleh apabila seorang penerima layanan tersebut mendapatkan jenis pelayanan sesuai dengan yang mereka harapkan dan butuhkan. Strategi pelayanan *driver* GO-JEK dapat diketahui melalui penilaian berdasarkan 5 dimensi dibawah ini :

### A. *Reliability* (Kehandalan)

- Memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang dijanjikan oleh pelanggan
- Ketepatan *Driver* memberikan informasi apabila terdapat gangguan.
- Petugas memberikan informasi layanan atau produk secara jelas dan tepat.

### B. *Responsiveness* (Kesigapan)

- Tingkat respon petugas dalam pengaduan gangguan oleh pelanggan.
- Kemampuan Driver dalam menyampaikan pelayanan.
- Tingkat kesigapan Driver dalam menangani keluhan atau ketidaknyamanan yang dialami pelanggan.
- Tingkat kedisiplinan Driver.

C. *Assurance* (Jaminan)

- Tingkat pengetahuan alamat Driver dalam mengantarkan pelanggan..
- Kemampuan atau kompetensi Driver ketika salah alamat mampu mencari alamat yang tepat.
- Tingkat perhatian Driver dalam menangani keluhan, kritik, dan saran tentang pelayanan.
- Keamanan dalam mengantar pelanggan dari lokasi penjemputan hingga tujuan tanpa ugal-ugalan.

D. *Emphaty* (Empati)

- Keramahan dan perhatian yang ditunjukkan Driver terhadap pelanggan.
- Kepedulian Driver dalam membantu dan memahami keinginan serta kebutuhan pelanggan.
- Driver memahami kesulitan pelanggan ketika mengalami gangguan pada saat pemesanan.

E. *Tangibels* (Kenyataan)

- Kelengkapan Driver saat menjemput pelanggan.
- Tingkat keselamatan kendaraan yang digunakan Driver.
- Sarana dan prasarana (helm, masker) yang lengkap dan terawat.

## **1.8 Metode Penelitian**

### **1.8.1 Tipe Penelitian**

Tipe penelitian yang digunakan dalam Tugas Akhir ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif yaitu pemamparan suatu situasi atau peristiwa, menurut Rakhmat (dalam Ruslan,2003 :222 ) penelitian tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi. Rakhmat Krisyantono berpendapat, penelitian deskriptif bertujuan membuat gambaran secara sistematis, faktual dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau objek tertentu **(Krisyantono, 2007 :69)**.

Sementara itu, penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bertujuan menjelaskan fenomena-fenomena sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya. Riset ini tidak mengutamakan besarnya populasi atau sampling, bahkan populasi atau samplingnya sangat terbatas. Jika data yang terkumpul sudah mendalam dan bisa menjelaskan fenomena yang diteliti, maka tidak perlu mencari sampling lainnya **(Krisyantoro, 2007 :58)**.



## **1.8.2 Metode Pengumpulan Data**

### **1. Populasi**

Populasi menurut Sugiyono (2012 : 115) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dari penelitian ini adalah masyarakat atau pelanggan yang menggunakan layanan Go-Ride pada aplikasi Gojek.

### **2. Sampel**

Diambil secara purposive pada pelanggan Gojek yang pernah mengajukan keluhan, sebanyak 40 orang.

## **1.8.3 Jenis Data**

### **1. Data Primer**

Menurut Data primer diperoleh dengan melakukan penelitian secara langsung ke lokasi penelitian sesuai dengan masalah yang diteliti. Menurut Sugiyono (2012:137) , Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.

Data primer diperoleh dari hasil kuesioner yang berupa pertanyaan-pertanyaan kepada pengguna produk layanan jasa Go-Ride mengenai persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan keluhan GO-JEK.

### **2. Data Sekunder**

Data sekunder yaitu pengumpulan data dan informasi yang diperoleh melalui catatan-catatan tertulis lainnya yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Data diperoleh dari sumber tidak langsung melalui media

perantara yaitu buku, sosial media dan website yang berhubungan dengan materi penelitian sebagai data pelengkap.

#### **1.8.4 Teknik Analisis Data**

Analisa data merupakan kegiatan yang dilakukan guna memecahkan permasalahan yang telah diteliti. Dalam melakukan analisa data pada penelitian ini peneliti menggunakan metode kuantitatif deskriptif yaitu menganalisa data yang dapat diperoleh dari jumlah responden yang kemudian diteliti secara sistematis, faktual, dan akurat berdasarkan data lapangan dengan menggunakan tabel kemudian dianalisis secara deskriptif.

