

BAB I

PENDAHULUAN

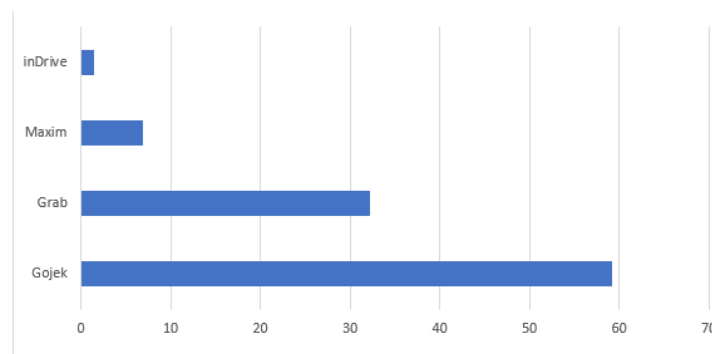
A. Latar Belakang Penelitian

Dikutip dari Merdeka.com Merdeka (2020) perkembangan teknologi informasi di Indonesia semakin pesat karena kedatangan internet. Sejarah internet di Indonesia pertama kali dikenalkan pada tahun 1990-an. Menurut data BPS (2022) dari hasil pendataan Survei Susenas 2022, 66,48 persen penduduk Indonesia telah mengakses internet pada tahun 2022 dan 62,10 persen pada tahun 2021. Tingginya tingkat penggunaan Internet ini mencerminkan lingkungan informasi yang terbuka dan penerimaan masyarakat terhadap perkembangan dan perubahan teknologi menuju masyarakat informasi. Tingginya jumlah pengguna Internet di Indonesia tidak lepas dari pesatnya perkembangan telepon seluler. Pada tahun 2022, 67,88% penduduk Indonesia akan memiliki telepon seluler. Jumlah tersebut meningkat dibandingkan kondisi tahun 2021 yang mencapai 65,87%. Transportasi yang bisa digunakan masyarakat kota DKI Jakarta yang merupakan kota metropolitan yang menyediakan beragam transportasi diantaranya kereta api, bus, becak, taksi dan lain-lain. Dikutip dari kumparan.com (2021) sebagian besar masyarakat masih menganggap angkutan umum sebagai pilihan utama

mereka, hal ini nampaknya tidak diimbangi dengan ketersediaan angkutan umum yang memadai, terutama dari segi kapasitas angkutan. Dengan banyaknya permasalahan yang terjadi di perkotaan seperti kemacetan lalu lintas, kurangnya pelayanan dan kondisi transportasi umum yang kurang memadai. Transportasi *online* merupakan transportasi berbasis aplikasi dimana konsumen melakukan pemesanan transportasi melalui sistem aplikasi pada layar *smartphone*.

Dikutip dari *digiads.id* (2022) melihat tren transportasi *online* untuk memenuhi kebutuhan mobilitas masa depan, disrupsi teknologi mendorong perubahan di banyak aspek kehidupan manusia, termasuk mobilitas dan sistem transportasi. Dengan bantuan teknologi digital, masyarakat dapat menikmati hadirnya layanan transportasi *online* yang membuat berbagai aktivitas menjadi lebih mudah dan cepat. Mulai dari memesan jasa transportasi orang, barang, makanan, hingga membeli berbagai kebutuhan kesehatan dan rumah tangga untuk diantar ke lokasi yang diinginkan. Telkomsel *DigiAds* mencatat puncak pengguna aktif layanan transportasi *online* terjadi pada Desember 2021, sedangkan di Januari-Februari 2022 kembali mengalami penurunan pengguna. Naik turunnya pertumbuhan pengguna aktif ini disebabkan oleh mobilitas masyarakat yang tidak menentu setiap harinya. Meskipun begitu, transportasi *online* masih dilihat sebagai primadona dalam mendukung mobilitas publik saat ini.

Dikutip dari CNBC Indonesia (2020) berdasarkan laporan *We Are Social 2020-Digital 2020 Indonesia* per Januari 2020. Laporan tersebut juga menunjukkan bahwa 75% pengguna internet Indonesia menggunakan aplikasi *mobile* yang berhubungan dengan pemetaan. Tingginya minat konsumen terhadap transportasi *online* mendorong perusahaan-perusahaan berbasis transportasi *online* berlomba-lomba berinovasi dan menarik konsumen. Setiap layanan memiliki kelebihan dan kekurangannya masing-masing, mulai dari melayani konsumen hingga mengantarkan mereka ke tempat yang mereka inginkan. Kemudahan pemesanan, ongkos kirim secara *online* sangat membantu karena lebih hemat dan dapat dipesan melalui aplikasi Android. Transportasi *online* yang saat ini masuk ke pasar Indonesia adalah Gojek, Grab, InDriver dan Maxim. Seluruh identitas pengemudi diketahui secara pasti karena perusahaan pengelola telah melakukan proses verifikasi terlebih dahulu sebelum melakukan kerja sama kemitraan dengan pengemudi.



Gambar 1.1 Transportasi *Online* yang Digunakan Publik Jabodetabek
Sumber: databoks.katadata.co.id (2022)

Berdasarkan data dari Databoks.katadata.co.id, Muthia (2022) menyatakan bahwa pada Gambar 1.1 diatas pengguna aplikasi transportasi *online* di Indonesia meningkat, dilihat dari data Survei Badan Penelitian dan Pengembangan (Balitbang) Kementerian Perhubungan (Kemenhub) mengungkap mayoritas publik paling banyak menggunakan aplikasi transportasi *online* Gojek. Tercatat, sebanyak 59,13 persen responden mengaku memilih aplikasi buatan perusahaan *Decacorn* dalam negeri ini. Setelah Gojek, masyarakat menggunakan aplikasi Grab (32,24 persen), Maxim (6,93 persen), inDrive (1,47 persen) dan lainnya (0,23 persen). Jika dilihat dari data tersebut maka terlihat jelas bahwa grafik inDrive masih minim sekali proporsinya digunakan oleh publik daripada pesaingnya yaitu Gojek, Grab, dan Maxim.

Meningkatnya jumlah transportasi *online* berdampak pada semakin ketatnya persaingan. Hal ini disebabkan persaingan harga dan adanya alternatif layanan transportasi *online*. Hal ini juga membuat konsumen lebih selektif. Konsumen memilih salah satu alternatif pilihan yang tampaknya dapat memenuhi kebutuhannya. Melihat situasi ini, transportasi *online* khususnya inDrive harus mampu memberikan kepuasan pelanggan. Dikutip dari Pricebook.co.id (2023) perbedaan paling signifikan antara inDrive, Gojek, dan Grab adalah layanan lainnya, dimana Gojek dan Grab juga

memiliki layanan pemesanan makanan, ekspedisi/pengantaran barang, dan lain sebagainya.

Tabel 1.1 Perbedaan Layanan Aplikasi inDrive dengan Kompetitor

Aplikasi	Jenis Layanan
Gojek	<i>GoRide</i> (motor)
	<i>GoCar</i> (mobil)
	GoFood (makanan)
	<i>GoSend</i> (kurir)
	<i>GoShop</i>
	<i>GoMart</i>
	<i>GoMall</i>
	<i>GoMed</i>
	<i>GoBluebird</i>
	<i>GoBox</i> (ekspedisi)
	Tagihan & Finansial
	Tiket & Hiburan
	Grab
<i>Bike</i> (motor)	
<i>Food</i> (makanan)	
<i>Mart</i> (supermarket)	
<i>Express</i> (ekspedisi/kurir)	
<i>Top up</i> (bayar tagihan)	
<i>Wellness</i> (kesehatan)	
<i>Clean & Fix</i>	
Asuransi	
<i>Travel</i> (tiket/hotel)	
inDrive	<i>Ride</i> (mobil)
	<i>Ride</i> (motor)

Sumber: www.pricebook.co.id (2023)

Dikutip dari Gramedia.com (2021) kepuasan pelanggan merupakan suatu keadaan yang diungkapkan pelanggan ketika mereka memandang kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan harapannya dan merasa puas.

Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan antara lain: pelayanan, kualitas produk, pelayanan, harga dan promosi yang tepat. Salah satu permasalahan yang ditimbulkan oleh pelanggan dan berpotensi terjadinya ketidakpuasan adalah tidak terpenuhinya harapan sesuai dengan yang diharapkan. Misalnya kualitas pelayanan yang tidak memuaskan, tarif harga yang tidak jelas dan bahkan *maps* yang kurang akurat sehingga titik lokasinya tidak sesuai ketika pelanggan memesan aplikasi inDrive. Pelanggan yang puas akan terus memesan yang sesuai dengan keinginannya.

Menurut Alanzi (2022) Terdapat tiga dimensi yang menentukan kepuasan pengguna dalam menggunakan sebuah aplikasi, yaitu kemudahan penggunaan, pengaturan informasi sistem, serta kegunaan. Kemudahan penggunaan dan kepuasan merujuk pada seberapa mudah pengguna mempelajari dan menggunakan aplikasi tanpa menemui hambatan atau kesulitan. Dimensi ini mencakup aspek seperti kemudahan penggunaan, pemahaman yang jelas, fleksibilitas, kontrol, dan kepuasan. Pengaturan Informasi Sistem mengacu pada cara penyajian informasi dalam aplikasi kepada pengguna, termasuk kemudahan pemulihan, responsivitas, aksesibilitas, dan navigasi yang baik. Kegunaan Aplikasi mengacu pada manfaat dan relevansi fitur-fitur yang disediakan oleh aplikasi bagi penggunanya, seperti mempercepat pekerjaan, meningkatkan kinerja, meningkatkan produktivitas, mempermudah pekerjaan, dan memberikan manfaat.

Ketiga dimensi tersebut sangat penting untuk memastikan bahwa pengguna merasa puas dan memiliki pengalaman yang positif saat menggunakan aplikasi. Namun, peneliti menemukan beberapa ulasan dari pengguna aplikasi inDrive pada kolom komentar *Appstore* yang menunjukkan ketidakpuasan saat menggunakan aplikasi tersebut. Konsumen melaporkan bahwa mereka mengalami masalah terkait kemudahan penggunaan, pengaturan informasi sistem, serta kegunaan. Seperti contoh di bawah ini:

Permasalahan dari *Ease of Use*



Gambar 1.2 Review Pengguna terkait Aplikasi sulit dipakai

Sumber: www.appstore.com (2024)

Pada Gambar 1.2 terlihat bahwa para pengguna menghadapi masalah saat menggunakan aplikasi inDrive. Pengguna masih mengalami kesulitan dalam menggunakan aplikasi ini dan belum sepenuhnya memahami cara kerjanya, sehingga merasa kurang puas dan nyaman. Susah di klik dan mengalami *bug* membuat pengguna merasa tidak puas saat menggunakan

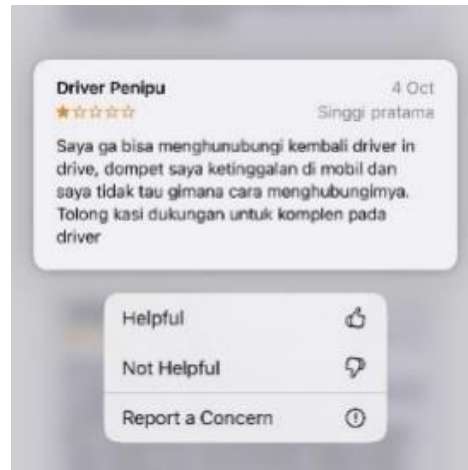
aplikasi inDrive. Review tersebut sesuai dengan dimensi kepuasan pelanggan yang telah dijelaskan sebelumnya, yaitu Kemudahan Penggunaan (*Ease of Use*).



Gambar 1.3 *Review Pengguna terkait Kesulitan untuk mendapat driver*

Sumber: *www.appstore.com* (2024)

Pengguna aplikasi juga mengeluhkan bahwa sulitnya untuk mendapat pengemudi pada aplikasi inDrive. Pengemudi juga sering kali membatalkan pesanan yang telah masuk yang membuat pengguna sulit untuk bertransportasi menggunakan aplikasi inDrive.



Gambar 1. 4 Review Pengguna terkait Kesulitan untuk mendapat *driver*

Sumber: www.appstore.com (2024)

Adapun keluhan pengguna aplikasi juga merasa bahwa sulitnya untuk menghubungi pengemudi pada aplikasi inDrive. Pengguna merasa sulit untuk mendapatkan kemudahan yaitu dukungan layanan untuk menghubungi Kembali pengemudi disaat barang ada yang tertinggal.

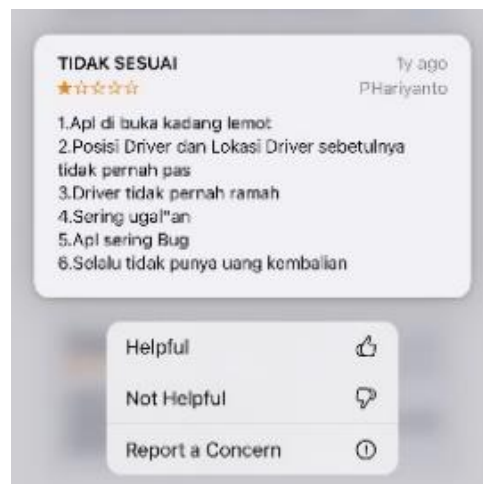
Permasalahan dari *System Information Arrangement*



Gambar 1. 5 Review Pengguna terkait Performa Sistem Aplikasi

Sumber: www.appstore.com (2024)

Pada Gambar 1.5 terlihat bahwa pengguna menghadapi masalah saat menggunakan aplikasi inDrive. Pengguna mengalami sistem aplikasi yang buruk dimana pengguna merasa delay atau lambat seperti kurang *responsive* dari aplikasi. Hal ini membuat pengguna aplikasi inDrive merasa tidak puas. *Review* tersebut sesuai dengan dimensi kepuasan pelanggan yang telah dijelaskan sebelumnya, yaitu Pengaturan Informasi Sistem (*System Information Arrangement*).



Gambar 1. 6 Review Pengguna terkait Aplikasi yang Sering Bug

Sumber: www.appstore.com (2024)

Keluhan pengguna aplikasi juga merasa bahwa sulitnya mendapat kelancaran pada saat memakai aplikasi inDrive. Pengguna juga menambahkan bahwa posisi pengemudi tidak pas sesuai *maps*, pengemudi yang tidak ramah, dan sistem aplikasi yang sering *bug*.



Gambar 1. 7 Review Pengguna terkait Aplikasi yang Lemot

Sumber: *www.appstore.com* (2024)

Kekacauan pada UI/UX desain antarmuka yang tidak intuitif dan pengalaman pengguna yang tidak menyenangkan membuat inDrive sulit dipahami dan tidak menyenangkan untuk digunakan.

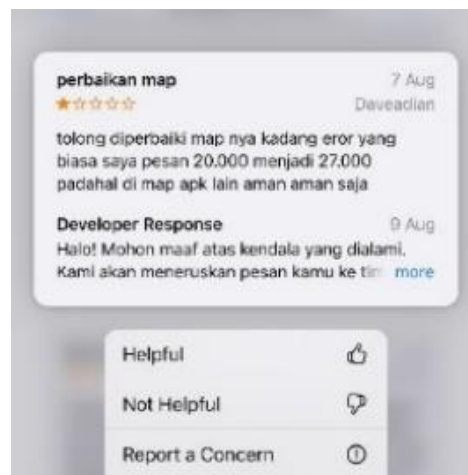
Permasalahan dari *Usefulness*



Gambar 1. 8 Review Pengguna terkait Harga yang Tidak Konsisten

Sumber: *www.appstore.com* (2024)

Pada Gambar 1.8 terlihat bahwa ketidakpuasan pengguna terhadap aplikasi inDrive pada dimensi kegunaan (*usefulness*) disebabkan oleh ulasan mengenai harga yang tidak konsisten. Ketika pengguna menemukan perbedaan harga yang signifikan atau tidak sesuai antara apa yang tertera di aplikasi dan biaya yang sebenarnya, mereka merasa bahwa aplikasi tidak memenuhi harapan mereka dalam hal transparansi dan keandalan. Hal ini dapat mengurangi kepercayaan pengguna terhadap aplikasi dan merusak pengalaman mereka, karena mereka menganggap aplikasi tidak memberikan manfaat yang konsisten atau nilai yang diharapkan dalam hal biaya dan layanan.



Gambar 1.9 Review Pengguna terkait Map Error menjadi Perubahan Harga

Sumber: www.appstore.com (2024)



Gambar 1. 10 Review Pengguna terkait Harga Sesuai Pengemudi

Sumber: *www.appstore.com* (2024)

Berdasarkan beberapa pernyataan di atas dapat diketahui bahwa nilai pengguna pada aplikasi inDrive cenderung kurang baik dan berdasarkan ulasan konsumen yang berarti tidak puas pada kolom komentar aplikasi inDrive di *AppStore*. *Review* dari konsumen menjelaskan bahwa sulit untuk mendapatkan *driver*, *map* yang eror, sistem aplikasi yang eror dan *delay* serta *UI/UX* masih sangat kurang dibanding dengan aplikasi transportasi *online* pesaingnya. Sehingga banyak konsumen yang kurang percaya dengan aplikasi inDrive dikarenakan ketidaksesuaian ekspektasi pengguna dengan apa yang didapat. Dikutip dari *dailysocial.id*, Kurnia (2022) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan ukuran seberapa puas pelanggan terhadap pelayanan atau produk yang diterimanya. Kepuasan terjadi ketika harapan pelanggan sesuai dengan pelayanan yang diberikan.

Dari keluhan di atas, perlu dipahami bahwa semua keluhan pelanggan yang disampaikan kepada inDrive berupa kritik dan saran ditujukan untuk peningkatan kualitas layanan inDrive bagi pelanggan sehingga mencapai kepuasan pelanggan. Sehingga beberapa masalah yang dialami oleh pengguna inDrive yang kemungkinan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan pengguna inDrive. Mengantisipasi situasi tersebut, perusahaan transportasi *online*, termasuk inDrive, harus menciptakan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan menjadi tujuan utama pengembangan bisnis. Berdasarkan uraian yang telah disebutkan, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan menggunakan metode kuantitatif mengenai kepuasan konsumen pengguna inDrive. Peneliti ingin mengetahui bagaimana tingkat kepuasan pengguna dalam memakai jasa layanan transportasi *online* pengguna dalam memakai aplikasi inDrive. Adapun judul dari penelitian ini yaitu “**Analisis Kepuasan Pengguna pada Aplikasi inDrive di DKI Jakarta**”. Diharapkan penelitian ini akan membantu inDrive meningkatkan kualitas layanannya dan memperkuat posisinya dalam pasar digital.

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan dari uraian permasalahan pada latar belakang di atas, maka pertanyaan penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana gambaran tentang kepuasan pengguna pada aplikasi inDrive?

2. Faktor mana yang paling dominan menentukan tingkat kepuasan pengguna aplikasi inDrive?
3. Apakah terdapat perbedaan pendapat di antara pengguna mengenai tingkat kepuasan mereka saat menggunakan aplikasi inDrive?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian di atas maka, tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui gambaran tentang kepuasan pengguna pada aplikasi inDrive
2. Untuk mengetahui faktor dominan yang menentukan tingkat kepuasan pengguna aplikasi inDrive
3. Untuk mengetahui ada tidaknya perbedaan pendapat di antara kelompok pengguna mengenai tingkat kepuasan mereka saat menggunakan aplikasi inDrive

D. Manfaat Penelitian

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

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat terhadap pengembangan ilmu pengetahuan kepuasan konsumen (*Consumer satisfaction*) dan teori serta metodologi yang digunakan dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Secara Praktis, penelitian ini diharapkan dapat membantu Perusahaan di bidang yang bersangkutan dalam membuat strategi pemasaran untuk meningkatkan kepuasan pengguna.