

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Saat ini IT di Indonesia sangat berkembang pesat begitu pula dengan aplikasi dari *smartphone* yang di dukung internet, hal ini mempermudah masyarakat yang ingin serba praktis dalam menjalankan kegiatan sehari-hari. Aplikasi tersebut berupa tempat belanja *online*, pemesanan tiket kereta dan pesawat, serta *booking* hotel dan salah satu yang sedang menjadi tren satu tahun belakangan adalah ojek *online*.

Ojek *online* sangat meningkat pesat terutama di Jakarta karena merupakan kendaraan bermotor roda dua yang efektif untuk mobilitas di kemacetan Jakarta. Selain dilatar belakang oleh perkembangan IT, perkembangan ojek *online* di Jakarta sangat di latar belakang oleh kebutuhan akan moda transportasi yang cepat dan praktis guna melalui kemacetan di Jakarta. Berbeda dengan ojek tradisional atau ojek pangkalan, ojek *online* sangat mengikuti perkembangan teknologi dalam pemesanan ojek itu sendiri.

Bisnis transportasi *on-demand* memang sudah mulai dikenal, salah satunya karena kontroversi kehadiran Uber di Indonesia. Namun istilah ojek *online* saat itu belum begitu dikenal. Walau GrabTaxi telah menguji coba layanan GrabBike di Vietnam pada bulan Oktober 2014, tidak ada indikasi ketika itu kalau mereka akan meluncurkannya di Indonesia. Setahun

berselang, berkat kehadiran aplikasi Go-Jek pada bulan Januari dan layanan GrabBike empat bulan kemudian, ojek *online* langsung menjadi salah satu bisnis *startup* yang paling populer di Indonesia. Persaingan dua *startup* tersebut kemudian memicu munculnya *startup-startup* lain yang juga bergerak di bisnis yang sama, seperti Blu-Jek, TopJek, LadyJek, dan JegerTaksi.¹

Walau pun usaha ojek *online* ini sempat mendapatkan larangan beroperasi oleh Direktorat Jenderal Perhubungan Darat (DitjenHubdar) Dalam rilis jumpa pers yang diterima detikcom, DirjenHubdar menyatakan bahwa tertera aturan yang melandasi pelarangan tersebut. Dasar hukum yang digunakan tentang penyelenggaraan angkutan orang dan barang yaitu Undang-undang nomor 22 Tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutan, Peraturan Pemerintah nomor 74 tahun 2014 tentang Angkutan Jalan, Keputusan Menteri Perhubungan nomor KM 35 Tahun 2003 tentang Penyelenggaraan Angkutan Orang di Jalan dengan Kendaraan Umum dan Keputusan Menteri Perhubungan nomor KM 69 tahun 1993 tentang Penyelenggaraan Angkutan Barang.²

Namun banyak yang menolak atas keputusan DirjenHubdar tersebut dan banyak yang mendukung usaha ojek *online* agar terus beroperasi karena banyak keuntungan dan manfaat yang didapatkan. Seperti Badan

¹<http://id.techinasia.com/kilas-balik-ojek-ujek-online-2015> (diakses pada tanggal 26 februari 2016 pukul, 10.00 WIB)

²<http://m.detik.com/news/berita/30998973/ini-aturan-yang-membuat-Go-Jek-cs-dilarang-beroperasi-oleh-kemenhub> (diakses pada tanggal 26 februari 2016 pukul, 11.00 WIB)

Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) yang meminta pemerintah untuk mencari solusi bagi bisnis jasa transportasi *online* yang tengah menjamur daripada melakukan pelarangan operasi sehingga berpotensi merugikan konsumen. Selain itu Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) juga berharap pemerintah dan DPR segera melakukan revisi terhadap Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan (LLAJ).

Wakil Presiden Indonesia Jusuf Kalla bahkan memuji usaha ojek *online* tersebut, menurut Jusuf Kalla “Go-Jek adalah salah satu bisnis yang berhasil mentransformasi ojek menjadi layanan transportasi yang nyaman dan terpercaya. Go-Jek melakukan inovasi business model.”

Usaha ojek *online* pun kini sangat di gemari karena keuntungannya yang menjanjikan. Tak heran banyak ojek *online* baru yang bermunculan. Masalah yang penulis temukan saat ini adalah perkembangan bisnis Go-Jek yang terus meningkat namun belum diiringi dengan peningkatan kualitas pelayanan guna meningkatkan kepuasan dari pengguna ojek *online* itu sendiri. Dilihat dari masih banyaknya keluhan di twitter Go-Jek dan *website* yang menampung kritik dan saran untuk Go-Jek.

Dalam sebuah *website* yang berupa kumpulan kritik dan saran terhadap Go-Jek terdapat sekitar 86 pelanggan Go-Jek yang memberikan kritik terhadap layanan *driver* Go-Jek. Penyebab utama banyaknya complain dari konsumen Go-Jek dikarenakan mereka belum merasa puas atas pelayanan

yang Go-Jek berikan. Komplain yang diberikan biasanya mengenai lamanya penerimaan order, susah input lokasi di aplikasi, driver yang kurang mengetahui lokasi tujuan, privasi pelanggan yang kurang aman dan driver yang kurang sopan.³

Dalam akun twitter Go-Jek @Go-JekIndonesia terdapat lebih dari 10 *mention* per hari yang berupa keluhan terhadap layanan Go-Jek. Salah satu keluhan datang dari akun @giselgiselll menuliskan “Td Go-Jeknya error syblm next , tp kata *drivers* dh disorder dan skrg ga bs cancel gmn nih min??? Sy ditelpon trs *driver* @Go-JekIndonesia,” dan ada pula dari @gertrudishrani yang menuliskan “Min @Go-JekIndonesia dikerjain lagi sama *driver* ini, asal pickup aja pdhl gak kerja. Jgn dibayar #komplain #nyebelin,”.⁴

Keluhan dari @giselgiselll mengenai sistem Go-Jek yang sedang ada gangguan dan keluhan dari @gertrudishrani mengenai *driver* Go-Jek yang mengaku sudah menyelesaikan *order* tetapi belum mengantar penumpang yang melakukan *order* ketempat tujuan. Atas dasar tersebut maka judul dalam penelitian ini adalah “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Ojek *Online* PT Go-Jek Indonesia”

B. Perumusan Masalah

Sesuai dengan uraian latar belakang masalah penelitian di atas. Maka dalam karya ilmiah ini penulis membuat perumusan masalah sebagai berikut:

³<http://keluhan-GO-JEK.ojekgratis.com/> (diakses pada tanggal 1 maret 2016 pukul, 19.00 WIB)

⁴<http://mobile.twitter.com/GO-JEKIndonesia> (diakses pada tanggal 1 maret 2016 pukul, 13.30 WIB)

1. Bagaimana Go-Jek menerapkan 5 dimensi kualitas pelayanan?
2. Sebarapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan jasa ojek *online* Go-Jek?

C. Tujuan dan Manfaat

1. Tujuan Penulisan

- a. Untuk menggambarkan bagaimana Go-Jek menerapkan 5 dimensi kualitas pelayanan dalam melayani konsumen
- b. Untuk mengetahui sebarapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan jasa ojek *online* Go-Jek

2. Manfaat Penulisan

a. Bagi Perusahaan

Dapat dijadikan sebagai salah satu masukan dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan, serta sebagai bahan pertimbangan sehingga dapat membantu perusahaan mendapatkan gambaran mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

b. Bagi Penulis

Penelitian ini menambah pengetahuan mengenai kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan serta ketarkaitan antara keduanya jasa ojek *online* Go-Jek. Dan juga sebagai syarat kelulusan untuk mendapatkan gelar Amd.

c. Bagi Pembaca

Sebagai referensi dalam memperluas dan menambah pengetahuan serta dapat sedikit membantu peneliti lain yang ingin melakukan penelitian yang sama.