

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kemajuan internet sekarang semakin terkenal di kalangan masyarakat. Perkembangan Internet ini adalah salah satu perubahan teknologi komunikasi yang tersebar di seluruh dunia sehingga telah memberikan perubahan yang signifikan untuk teknologi komunikasi. Internet dapat mempengaruhi tingkat kebutuhan masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Masyarakat sekarang ini menggunakan internet, bukan untuk berkomunikasi saja melainkan digunakan untuk mencari informasi yang dibutuhkan. Internet dapat digunakan untuk berbagai bidang, baik bidang pendidikan, pemerintahan, perbankan, kesehatan dan masih banyak lagi.

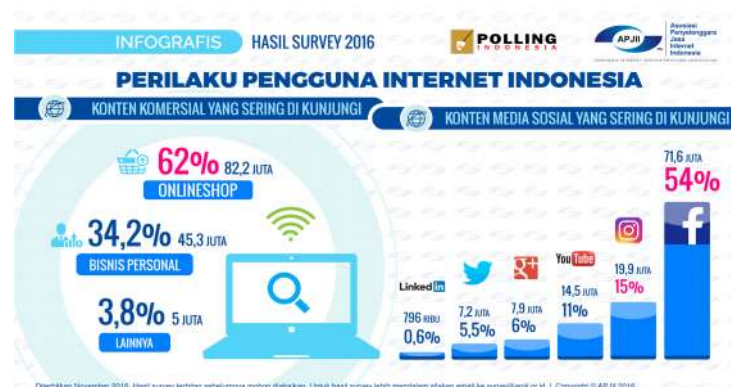
Pengguna internet setiap tahun mengalami kenaikan, hal ini disebabkan oleh perkembangan teknologi, yang akhirnya dapat membuka peluang untuk memasarkan barang maupun jasa yang ditawarkan pada pelanggan. Media internet sebagai media memasarkan barang dan jasa yang dapat memudahkan pelanggan untuk memesan barang atau jasa. Pelanggan sering kali tidak mempunyai waktu untuk mendapatkan barang atau jasa dikarenakan kesibukan dan pembeli juga malas untuk mengantri membeli barang.



Gambar 1. Data Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2016 (Sumber www.APJII.or.id)

Pada era sekarang banyak kreatifitas yang di hadirkan dalam proses jual beli produk yang bisa dilakukan seperti pembelian lewat *online*. Pemikiran ini didasari dari penjual yang ingin memudahkan pembeli dalam membeli produk. Model operasi bisnis ini dibutuhkan peningkatan yang cukup signifikan dalam segi kecepatan dan fleksibilitas dalam untuk memasarkan dan pembayaran dari produk.

Penggunaan internet untuk bisnis atau perdagangan dikenal dengan *e-business*. Proses *e-business* menggunakan sistem pembelian barang atau jasa menjadi lebih mempermudah pelanggan untuk melakukan aktivitas jual beli dibandingkan dengan sistem pembelian terdahulu. Dahulu sistem jual beli harus saling bertatap muka dan harus ke suatu tempat untuk melakukan sistem pembelian sekarang setelah berkembangnya era digital dan internet sistem pembelian barang bisa di lakukan di rumah ataupun di semua tempat tanpa harus bertatap muka.



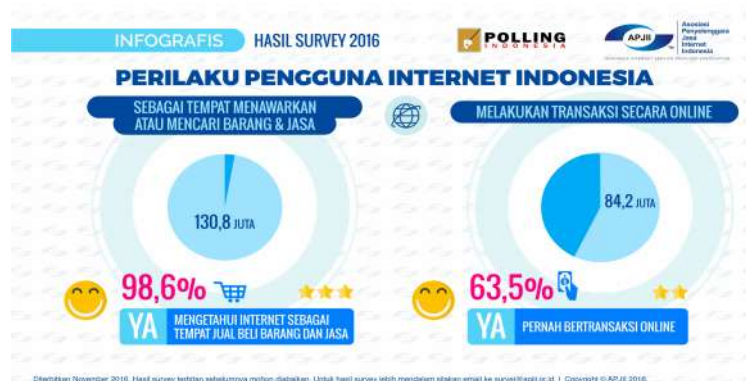
Gambar 2. Data penggunaan internet dan penggunaan aplikasi sosmed
Sumber (www.APJII.or.id)

Dewasa ini sistem pembelian secara *online* telah menjadi tren di masyarakat Indonesia hal ini disebabkan peningkatan dari pembangunan infrastruktur yang mendukung internet. Kondisi ini meningkatkan jumlah layanan jual beli *online* baik produk maupun jasa yang ditawarkan pada pelanggan. Layanan jual beli *online* ini memberikan keuntungan yang menjual barang maupun yang membeli barang.

Fenomena sistem pembelian *online* ini semakin *trend* dikalangan mahasiswa, hal ini di karenakan kemudahan yang di tawarkan sehingga bagi mahasiswa yang disibukkan dengan tugas-tugas tidak perlu pergi ke tempat penjual untuk mendapatkan barang atau jasa. Pembelian secara *online* sekarang ini dapat diakses melalui *Android*, *Balckberry*, *Social media* seperti *facebook*, *instagram*, *twitter*, aplikasi-aplikasi jual beli di *smartphone* dan situs-situs jual beli *online*. Banyaknya cara yang ditawarkan dalam jual beli secara *online* ini dapat memudahkan para mahasiswa dalam mengaksesnya dan melakukan pemesanan baik barang maupun jasa pada *online shop*. Semakin banyak pengguna atau pemesanan barang lewat *online* menandakan bahwa bisnis dengan sistem ini berjalan dengan baik. Penggunaan sistem *online* untuk membeli barang atau jasa dimanfaatkan oleh pelaku usaha untuk menawarkan barang atau jasa yang dijual. Salah satu yang memanfaatkan media *online* adalah pelaku usaha di bidang jasa transportasi.

Jasa Transportasi sekarang ini berkembang pesat mengikuti perkembangan teknologi. Sebelum era internet jasa transportasi menggunakan sistem konvensional yaitu bertatap muka apabila ingin menggunakan jasanya. Sistem ini juga mengharuskan pelanggan untuk datang ketempat yang sudah ditentukan, seperti pengkalan ojek, pengkalan becak, pangkalan taksi dan terminal bus. Salah satu model transportasi umum yang digunakan masyarakat adalah ojek, hal ini dikarenakan banyaknya pangkalan ojek. Ojek juga dipilih karena dalam mengatasi kemacetan ojek menjadi solusi efektif untuk masyarakat dalam melakukan aktifitas. Ojek sendiri adalah model transportasi umum tidak resmi dengan sarana sepeda motor, hal ini dikarenakan dalam pengoperasiannya belum mempunyai izin beroperasi dari pemerintah, akan tetapi masyarakat memilih menggunakan ojek dikarenakan lebih cepat dan dapat melewati kemacetan di kota dan mampu menjangkau daerah yang mempunyai gang sempit sehingga kendaraan besar susah melewatinya.

Transportasi darat yang di pakai adalah motor, sepeda, dan becak seiring berjalannya waktu transportasi berkembang dengan pesat. Hampir semua masyarakat untuk memenuhi kegiatan yang akan dilakukan selalu memanfaatkan transportasi, baik transportasi pribadi maupun transportasi umum. Semakin banyaknya transportasi maka jalanan akan semakin macet, sehingga masyarakat malas untuk menggunakan transportasi pribadi dan memilih menggunakan transportasi umum. Salah satu transportasi umum yang dapat menembus kemacetan adalah ojek. Ojek merupakan salah satu transportasi umum yang banyak digunakan oleh masyarakat selain dapat menembus kemacetan, tarif ojek juga terjangkau. Dalam perkembangnya transportasi ojek ini semakin canggih dan mudah untuk ditemukan, pada masa lalu ojek hanya dapat ditemukan di pangkalan ojek, namun sekarang berkat berkembangnya teknologi ojek dapat dipesan melalui aplikasi di *smartphone*. Majunya teknologi sekarang ini membuat masyarakat dipermudah dalam melakukan kegiatannya.



Gambar 3. Penggunaan Internet untuk Menawarkan Barang
Sumber: www.APJII.or.id

Pelaku usaha transportasi ini melihat peluang usaha dengan menggunakan sistem *online* untuk menjalankan usahanya. Pada tahun 2011 berdirilah perusahaan transportasi berbasis sistem *online* yaitu Go jek. Sistem manajemen dan operasionalnya berupa paduan dari teknologi *online* yaitu dengan menggunakan GPS di *smartphone* berbasis *android* maupun *IOS* yang harus selalu aktif saat ada pesanan dari pelanggan. (Rifaldi, Kadunci, & Sulistyowati, 2016) Go jek menggunakan sistem

kemitraan dengan *driver* ojek untuk memenuhi pesanan pelanggan yang akan disampaikan lewat aplikasi *online*. Go jek tidak sendiri dalam menjalankan pelayanan transportasi secara *online* ada kompetitor lain dalam model transportasi *online* yaitu Grab, Uber, *Smart Jek* dan lain sebagainya. Perbedaan Go jek dengan kompetitor yang sama yaitu pada sistem pembayaran yang bisa tunai atau pembayaran *e-commerce* melalui *Go Pay*.

Kemudahan yang ditawarkan oleh Go jek untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat dalam hal pelayanan transportasi mempunyai efek positif, yaitu memberikan kemudahan dalam melakukan perjalanan tanpa harus keluar dari tempat atau dari rumah, waktu tempuh perjalanan menjadi efisien, transparansi dalam hal pembayaran serta pelayanan yang diberikan sopan. Aplikasi Go jek sendiri tidak hanya menyediakan jasa pelayanan ojek saja, layanan yang di dapat dari aplikasi Go jek adalah *Go Send* (jasa antar barang), *Go-Food* (Jasa antar makan), *Go-Mart* (Jasa pembelian barang) *Go-Box* (jasa pemesanan mobil pick up) *Go-Clean* (jasa pembersihan rumah), *Go-Glam* (jasa kecantikan), *Go-Massage* (jasa pijatan) dengan layanan yang di berikan Go jek lewat aplikasi memberikan kemudahan bagi pelanggan.

Pelayanan yang diberikan Go jek sangat memudahkan pelanggan sehingga saat menggunakan Go jek pelanggan dihadapkan dengan perasaan puas dan tidak puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh Go jek. Puas atau tidaknya pelanggan Go jek dikarenakan pelanggan belum mengetahui *driver* Go jek yang menjemput mengemudi kendaraan. Kepuasan pelanggan Go jek belum bisa dipastikan, karena pelanggan belum merasakan secara langsung bagaimana cara mengemudi *driver* Go jek sehingga untuk melihat puas dan tidak puasnya pelanggan *online shop* harus mengetahui bagaimana *driver* Go jek mengemudikan kendaraannya.

Kepuasan pelanggan adalah jawaban untuk memenuhi keinginan pelanggan terhadap pengetahuan dalam menggunakan barang. Kepuasan pelanggan adalah balasan perasaan senang dari pelanggan karena

keinginan pelanggan tercapai, sebaliknya apabila keinginan pelanggan tidak tercapai rasa kecewa yang dirasakan oleh pelanggan atau bisa disebut tidak puas (Kotler dan Keller, 2008). Kepuasan pelanggan adalah balasan yang sesuai atau tidak sesuai pada kinerja dari barang atau jasa yang dapat dirasakan setelah memakai barang atau jasa tersebut (Rangkuti, 2002).

Parasuraman (1998) mengemukakan apabila pelanggan membangun harapan akan suatu nilai serta didasari oleh harapan tersebut dan pelanggan mengevaluasi tawaran dengan nilai tertinggi. Tawaran yang bisa memenuhi harapan pelanggan dapat berpengaruh pada kepuasan sehingga memungkinkan pelanggan akan kembali menggunakan atau membeli. Pelanggan adalah hal yang penting untuk pelaku dunia bisnis *online*. Bagi pelaku dunia bisnis saat pelanggan menggunakan kembali suatu produk atau jasa dari produsen adalah hal yang sangat penting, karena pelanggan dapat menentukan keberlangsungan suatu produk atau jasa pada pelayanan melalui *online*. Puas atau tidak puasnya pelanggan yang menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan melalui sistem *online* menjadikan sistem ini berjalan atau tidak.

Kepuasan pelanggan bagi pelaku dunia usaha merupakan salah satu faktor yang menunjukkan tingkat keberhasilan suatu pelaku usaha dalam menjalankan bisnis. Kepuasan pelanggan tidak bisa dilepaskan begitu saja bagi pelaku usaha, sebab jika pelanggan itu puas mereka kembali menggunakan barang atau jasa pelaku usaha. Begitu juga sebaliknya jika pelanggan kurang puas atau tidak puas dengan barang atau jasa pelaku usaha maka pelanggan akan beralih dari produk atau jasa. Pelanggan merupakan pengguna produk yang ditawarkan penjual oleh sebab para pelaku usaha akan berusaha memenuhi apa yang diinginkan oleh pelanggan. Berkaitan dengan kepuasan pelanggan pelaku usaha tidak boleh meremehkan keinginan para pelanggan, sebab akan menimbulkan berbagai masalah untuk pelaku usaha sendiri.

Kepuasan pelanggan dapat menghadirkan permasalahan-permasalahan yang dirasakan oleh pelanggan. Menurut hasil wawancara yang dilakukan

oleh penulis masalah-masalah tersebut meliputi kualitas pelayanan yang diberikan oleh Go jek, adapun hasil wawancara yang dilakukan oleh penulis sebagai berikut.

Salah satu partisipan yang bernama A dengan jenis kelamin perempuan, A mengaku bahwa pelayanan *Go-Food* yang dipesan tidak sesuai dengan diminta, sehingga A merasa dirugikan oleh *driver* Go jek dan merasa kecewa karena pesannya tidak sesuai harapannya. A juga mengirim keluhan kepada *call canter* go jek, *costumer service* bilang akan ditidakan keluhan pelanggan tapi tidak ada ganti rugi yang diterima.

Partisipan yang berinisial G berjenis kelamin perempuan mengeluhkan bagaimana *driver* Go jek yang cara mengemudi secara ugal-ugal dan tidak menaati peraturan lalu lintas. G sudah memperingatkan cara mengemudi *driver* Go jek tapi tidak di respon sama sekali oleh *driver* tersebut dan masih mengemudi dengan cara yang sama.

Dari hasil wawancara tersebut penulis menyimpulkan bahwa hal yang berpengaruh pada kepuasan pelanggan Go jek adalah kualitas dari pelayanan. Hal tersebut merupakan faktor yang berpengaruh pada kepuasan pelanggan Go jek. Pelanggan akan puas atau tidak puas bisa terlihat dari kualitas pelayanan dari layanan yang diberikan Go jek. Pelanggan bisa puas bila pelayanan yang diberikan sesuai pada standar yang sudah ada di perusahaan atau promosi yang dilakukan oleh perusahaan Go jek.

Kualitas merupakan sesuatu yang dikerjakan oleh perusahaan penyedia jasa yang harus dilakukan sebaik-baiknya (Supranto, 2001). Lukman (1999) menjelaskan suatu layanan ialah kegiatan yang tidak teratur untuk memberikan kepuasan pada pelanggan yang bersifat tidak terikat pada proses jual beli. Kualitas dari jasa yang baik serta konsisten bisa melahirkan perasaan puas dari pelanggan serta dapat memberikan manfaat (Tjiptono, 1996).

Kualitas pelayanan merupakan kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan dan *driver* Go jek dalam rangkaian melayani pelanggan.

Kualitas pelayanan ini dapat menentukan tingkat kepuasan pelanggan untuk menggunakan layanan dari jasa yang digunakan, semakin baiknya pelayanan yang diberikan oleh perusahaan dan *driver* Go jek dapat membuat pelanggan menggunakan jasa mereka dikemudian hari.

Pelanggan sangat memperhatikan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan dan *driver* Go jek, hal ini dikarenakan pelanggan hanya menggunakan kepercayaan bahwa pelayanan sesuai dengan peraturan dan promosi yang berikan ketika memesan Go jek. Pelanggan hanya memesan Go jek tanpa melihat pelayanan yang akan diterima, hal ini menyebabkan pelanggan memperhatikan bagaimana pelayanan yang diberikan oleh Go jek. Cara melayani Go jek dapat menentukan puas atau tidak puas pelanggan, cara melayani yang baik dapat membuat pelanggan puas begitu pula sebaliknya pelayanan yang buruk dapat membuat pelanggan kecewa dan tidak puas terhadap pelayanan dari jasa tersebut meskipun jasa yang ditawarkan mempunyai kualitas yang baik.

Penelitian sebelumnya mengemukakan kualitas dari pelayanan berpengaruh positif serta signifikan pada kepuasan pelanggan (Prasetyo, 2012). Hasil penelitian dari Mardikawati & Farida (2013) menemukan apabila kualitas layanan dilakukan secara efisien maka secara langsung dapat menciptakan kepuasan pada pelanggan sehingga dapat berpengaruh pada loyalitas pelanggan.

Peneliti menemukan bahwa kualitas pelayanan ialah penyebab terjadinya kepuasan pelanggan Go jek setelah melakukan studi pendahuluan. Penelitian akan dilakukan dengan menggunakan faktor dari kepuasan pelanggan, yaitu kualitas pelayanan. Perbedaan penelitian yang akan dilakukan ini dalam penelitian sebelumnya adalah seberapa banyak aspek kualitas pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan Go jek pada mahasiswa Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti tertarik mengungkap apakah ada hubungan antara kualitas pelayanan diberikan terhadap kepuasan dari pelanggan Go jek pada mahasiswa Psikologi Unissula

B. Perumusan Masalah

Perumusan dari penelitian ini didasari oleh latar belakang yang sudah diungkapkan diatas yaitu; Ada Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Pelanggan Go jek pada Mahasiswa Psikologi Unissula?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Pelanggan Go jek pada Mahasiswa Psikologi Unissula.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian yang dilaksanakan diharapkan bisa memberikan manfaat dalam ilmu psikologi terutama mengenai kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen.

2. Manfaat Praktis

- a. Membantu pelanggan untuk menggunakan aplikasi Go jek dengan baik.
- b. Memberikan informasi kepada pihak *driver* atau produsen Go jek berbagai faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.
- c. Menjadi referensi peneliti lain untuk permasalahan yang sama.