

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Di era persaingan yang semakin kompetitif ini, setiap perusahaan makin menyadari pentingnya aspek loyalitas konsumen untuk menjamin kelangsungan bisnis mereka. Seorang konsumen yang loyal menjadi aset yang sangat bernilai bagi perusahaan. Dipertahankannya konsumen yang loyal dapat mengurangi usaha mencari konsumen baru yang berarti memberikan umpan balik positif kepada perusahaan. Perusahaan dapat lebih melakukan penghematan biaya dalam mempertahankan konsumen yang lama daripada mencari konsumen baru.

Masalah transportasi umum di kota-kota besar, khususnya di Semarang saat ini juga menjadi faktor yang menyebabkan masyarakat memilih transportasi online. Hanya dengan menggunakan aplikasi dalam smartphone setiap orang dapat menggunakan transportasi online yang salah satunya ojek online untuk mengangkut barang maupun orang yang bisa dipanggil kapan saja dan dimana saja. Perkembangan ojek online di Indonesia semakin meningkat karena mampu mengatasi kebutuhan transportasi masyarakat sehingga membuat ojek online menjadi angkutan yang digemari banyak masyarakat baik di kota kecil maupun di kota besar karena fleksibel dalam kegiatannya, bisa menjangkau tempat yang tidak dilalui transportasi umum seperti angkot, bus atau jenis angkutan umum beroda empat lain. Ojek online di nilai lebih murah, cepat, lincah, dan

efisien untuk melewati maupun menghindari kemacetan di jalan yang padat kendaraan terutama pada jam-jam sibuk (Kertajaya, 2006). Indonesia merupakan negara berkembang dengan kebutuhan penduduk yang tinggi tentu dapat menimbulkan beberapa masalah sehingga harus dibarengi dengan peningkatan pelayanan umum di segala bidang sesuai dengan kebutuhan masyarakat sekarang ini, termasuk kebutuhan akan transportasi (Rasyid, 2017).

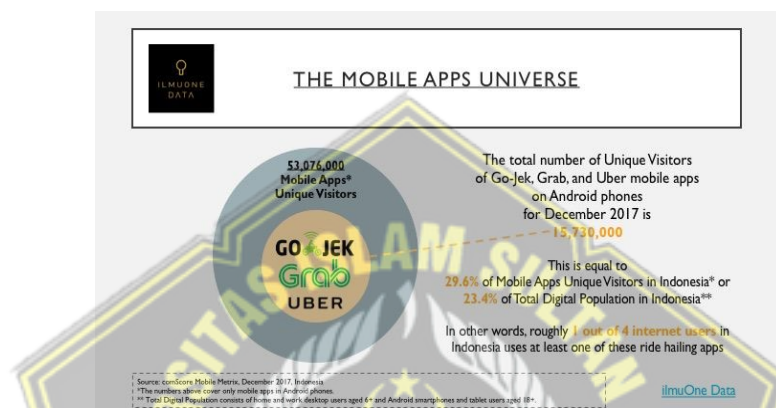
Permasalahan yang sering muncul di daerah yang memiliki jumlah penduduk yang padat seperti di kota Semarang adalah kemacetan. Hal ini di karenakan kota Semarang merupakan pusat pendidikan, perdagangan, dan pemerintahan. Penduduk kota Semarang memiliki tingkat mobilitas yang tinggi dan untuk mengatasi masalah tersebut masyarakat membutuhkan transportasi yang cepat, nyaman dan aman. Dengan adanya jasa transportasi yang telah mengalami perkembangan yang sangat pesat saat ini memudahkan konsumen yang ingin memesan karena tidak harus datang ke pangkalan ojek atau terminal, cukup menggunakan smartphone yang terdapat aplikasi online tersebut.

Perkembangan tersebut juga menjadi peluang usaha bagi beberapa pelaku usaha yang ada saat ini. Maka banyak pelaku usaha yang bersaing menciptakan keunggulan untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Kebanyakan dari industri yang saat ini mengaplikasikan kemajuan teknologi dan informasi untuk menciptakan sebuah inovasi-inovasi baru dan untuk meningkatkan persepsi kualitas pelayanan yang diberikan

kepada konsumen. Sektor jasa adalah sebuah sektor usaha yang sangat potensial dan sangat menguntungkan untuk dikembangkan, karena disini pelaku bisnis dapat bersaing dengan inovasi-inovasi yang dimilikinya dengan cara. Cara pemesanan ini sangat disukai karena lebih mudah dan praktis. Saat ini ada banyak pilihan jasa transportasi online di Indonesia seperti Gojek, Grab, dan Uber. Namun semenjak awal tahun 2018 Grab telah mengakuisisi Uber kawasan Asia Tenggara, sehingga penyedia layanan untuk ojek terbesar hanya tinggal Go-jek dan Grab di Indonesia. PT. Go-jek Indonesia adalah pelopor bisnis ojek online berbasis teknologi informasi yang didirikan oleh Nadiem Makarim pada tahun 2010 dan mulai beroperasi sejak 2011. Gojek sebagai perusahaan penyedia jasa yang bergerak dibidang transportasi darat telah memanfaatkan sarana teknologi informasi di dalam memasarkan jasa yang telah dihasilkan perusahaannya. Gojek menjadi salah satu solusi mengatasi masalah kemacetan di daerah perkotaan. Aplikasi Gojek sangat mudah digunakan baik oleh para pelajar, pekerja, dan masyarakat luas lainnya. Gojek memiliki produk jasa seperti Go-Ride yang merupakan jasa angkutan menggunakan sepeda motor, Go-Car merupakan jasa angkutan yang menggunakan mobil, dan terdapat juga produk jasa lainnya yaitu: Go-Food, Go-Send, Go-Mart, Go-Med, Go-Shop, Go-Box, GoClean, Go-Tix, Go-Pulsa.

Total pengguna transportasi online saat ini begitu tinggi membuat persaingan antar perusahaan transportasi online semakin ketat.

Dapat dilihat dalam website [www.idntimes.com](http://www.idntimes.com) yang diakses tanggal 10 Mei 2018 dengan judul berita “Makin Ketat, Begini Persaingan Tiga Transportasi Online Terbesar di Indonesia” mengemukakan persaingan diantara penyedia layanan ojek online hingga akhir 2017 yang dapat dilihat dalam Gambar 1.1 berikut :



Gambar 1.1. Total Pengguna Aplikasi Transportasi Online Di Indonesia

Sumber : [www.idntimes.com](http://www.idntimes.com)

Berdasarkan informasi pada Gambar 1.1 menyatakan bahwa sebanyak 15,73 juta orang pengguna ponsel android menggunakan aplikasi transportasi *online* di ponselnya. Ini menandakan bahwa 29,6 persen dari seluruh pengguna aplikasi ponsel yang ada di Indonesia atau 23,4% dari total populasi digital di Indonesia. Sehingga satu dari empat pengguna internet di Indonesia memiliki aplikasi transportasi online di ponsel androidnya baik Go-Jek ataupun Grab. Meskipun total pengguna transportasi online cukup tinggi ternyata masih banyak pengguna transportasi online yang pernah dikecewakan hal ini terungkap dari hasil survey YLKI dalam website <http://wartakota.tribunnews.com> (Sabran,

2017) diakses tanggal 10 Mei 2018 dengan judul berita “Ini Hasil Lengkap Survei Transportasi Online YLKI, 41 Persen Pengguna Pernah Dikecewakan”.

Dari hasil tersebut pengguna yang pernah dikecewakan cukup tinggi sebesar 41% hal ini terjadi karena belum adanya standar kualitas layanan yang diberikan termasuk teknologi yang diberikan melalui aplikasi sehingga pengguna merasa belum terpuaskan dengan layanan yang diberikan dan menjadikan konsumen semakin selektif. Konsumen akan memilih salah satu diantara pilihan alternatif yang menurutnya sesuai dengan yang diinginkan.

Dapat dilihat dari website <https://www.tagar.id/order-di-semarang-sepi-ini-pengakuan-abang-ojol> muncul fenomena sejumlah driver ojek online atau biasa disebut ojol di Kota Semarang, Jawa Tengah, mengaku sepi order sepanjang awal 2020. Tak hanya penumpang, order pesan antar makanan juga berkurang drastis. Pantauan di lapangan, sejumlah abang ojol terlihat berkumpul lama di beberapa tempat di Semarang yang biasa jadi pangkalannya. Selain di kawasan Banyumanik, juga di beberapa titik di kisaran kampus Universitas Diponegoro (Undip), Tembalang. Imbas dari sepiya orderan sejak pergantian tahun hingga saat ini jarang driver ojek online tidak tutup poin. Mereka pun tidak bisa menikmati bonus tambahan pendapatan.

Mengantisipasi keadaan tersebut maka perusahaan ojek online harus bisa menciptakan kualitas layanan, pemanfaatan teknologi informasi

dan kepuasan pelanggan yang sesuai agar dapat menciptakan loyalitas pelanggan.

Menurut Sugihartono (2015), apabila pelanggan sudah merasa puas terhadap kualitas layanan serta pemanfaatan teknologi informasi yang diberikan perusahaan, maka selanjutnya akan menimbulkan kesetiaan pelanggan sehingga minat pemakaian jasa meningkat dan membuat pelanggan loyal terhadap produk perusahaan. Namun penurunan jumlah pelanggan kemungkinan terjadi berkaitan dengan beralihnya pelanggan ke perusahaan pesaing disebabkan oleh ketidakpuasan pelanggan. Mengantisipasi keadaan tersebut maka perusahaan ojek online harus bisa menciptakan kualitas layanan, pemanfaatan teknologi informasi, kualitas layanan elektronik dan kepuasan pelanggan yang sesuai agar dapat menciptakan loyalitas pelanggan.

Alma (2018) menyatakan manajemen hubungan pelanggan atau yang biasa dikenal *Customer Relationship Management* (CRM) adalah suatu proses dalam mendapatkan, mempertahankan dan meningkatkan hubungan pelanggan yang menguntungkan dengan tujuan untuk menciptakan nilai pelanggan, sehingga pelanggan puas dan memaksimalkan keuntungan bagi perusahaan memperoleh dalam rangka memperoleh keunggulan bersaing (*comparative advantage*), memperhatikan mutu produk agar dapat memberikan kepuasan yang prima bagi pelanggan. Penelitian Kalalo (2013), mendapatkan hasil *Customer Relationship Management* berpengaruh terhadap loyalitas

pelanggan. Penelitian Mulyaningsih (2013), mendapatkan hasil *Customer Relationship Management* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian Octavia (2019), mendapatkan hasil *Customer Relationship Management* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan penelitian Pradana (2018), mendapatkan hasil *Customer Relationship Management* tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Kualitas layanan elektronik / *e-service quality* didefinisikan sebagai sejauh mana situs web memfasilitasi belanja, pembelian dan pengiriman produk dan jasa secara efektif dan efisien (Bressolles, Durrieu, & Deans, 2011). Penelitian Laurent (2016), mendapatkan hasil kualitas layanan elektronik berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan penelitian Setyaningsih (2014), mendapatkan hasil kualitas layanan elektronik tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Berdasarkan uraian di atas, maka akan dilakukan peneliti dengan judul “Peran Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi Dalam Hubungan Antara *Customer Relationship Management* Dan Kualitas Layanan Elektronik Dengan Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pengguna Aplikasi Gojek di Fakultas Ekonomi UNISSULA Semarang)”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, menunjukkan adanya keluhan pelanggan dari ojek online. Pelanggan yang memiliki keluhan adalah indikasi tidak puasnya terhadap layanan yang diberikan, yang akan berdampak

pada loyalitas pelanggan tersebut kepada perusahaan. Sehingga rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana meningkatkan loyalitas pelanggan Go-Jek.

### 1.3 Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana pengaruh *Customer Relationship Management* terhadap kepuasan pelanggan Go-Jek?
2. Bagaimana pengaruh kualitas layanan elektronik terhadap kepuasan pelanggan Go-Jek?
3. Bagaimana pengaruh *Customer Relationship Management* terhadap loyalitas pelanggan Go-Jek?
4. Bagaimana pengaruh kualitas layanan elektronik terhadap loyalitas pelanggan Go-Jek?
5. Bagaimana pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Go-Jek?

### 1.4 Tujuan Penulisan

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis signifikansi

1. Pengaruh *Customer Relationship Management* terhadap kepuasan pelanggan Go-Jek.
2. Pengaruh kualitas layanan elektronik terhadap kepuasan pelanggan Go-Jek.



3. Pengaruh *Customer Relationship Management* terhadap loyalitas pelanggan Go-Jek.
4. Pengaruh kualitas layanan elektronik terhadap loyalitas pelanggan Go-Jek.
5. Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Go-Jek.

### 1.5 Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian yang dilakukan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

#### 1. Manfaat Teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai tambahan dalam daftar kepustakaan serta tambahan informasi khususnya mengenai pengaruh *Customer Relationship Management*, kualitas layanan elektronik dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

#### 2. Manfaat Praktis

Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat yang berarti, terutama bagi pihak perusahaan Go-Jek serta menambah informasi dan memberikan masukan mengenai *Customer Relationship Management*, kualitas layanan elektronik yang memengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan Go-Jek.