

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Tak dapat dipungkiri, teknologi memegang peran penting dalam proses dan praktik komunikasi di tengah masyarakat industri yang tengah bertransformasi menjadi masyarakat informasi. Perkembangan teknologi sekarang ini telah banyak menunjukkan kemajuan yang luar biasa. Banyak hal dari sektor kehidupan yang telah menggunakan keberadaan dari teknologi itu sendiri. Kehadirannya telah memberikan dampak yang cukup besar terhadap kehidupan umat manusia dalam berbagai aspek dan dimensi.

Sebagai wujud perkembangan teknologi di era digital ini adalah adanya internet. Internet merupakan salah satu hasil dari kemajuan teknologi informasi. Jaringan internet merupakan pelopor terjadinya revolusi teknologi. Internet menjadi dasar perubahan yang terjadi dalam bidang ekonomi, sosial, dan budaya. Misalnya, hal yang berhubungan dengan transaksi dan transportasi menjadi semakin mudah dan efisien.

Perkembangan teknologi dan informasi banyak membawa dampak dan perubahan yang sangat signifikan. Hal ini tentunya berdampak positif bagi manusia, bayangkan saja dulunya sebelum adanya teknologi semua rutinitas yang meliputi untuk menunjang kebutuhan harus dilakukan secara

langsung atau bersentuhan langsung dengan objeknya. Misalnya, dahulu ketika akan berpergian menggunakan kendaraan umum kita harus menunggu di pingir jalan atau mendatangi pangkalan ojek untuk tiba ketujuan. Tapi sekarang kemanapun dan kapanpun akan berpergian tidak harus menunggu dipinggir jalan atau mendatangi pangkalan ojek. GO-JEK Indonesia telah memberikan layanan transportasi online, untuk kendaraan bermotor terdapat GO-RIDE dan untuk kategori mobil terdapat GO-CAR.

Dengan adanya perkembangan teknologi ini tentunya banyak individu ataupun kelompok yang mengambil peluang dengan membangun usaha atau bisnis yang memanfaatkan jaringan internet, seperti perusahaan GO-JEK Indonesia. GO-JEK merupakan sebuah perusahaan teknologi asal Indonesia yang memiliki misi memberikan dampak sosial melalui teknologi. Melalui teknologi GO-JEK berusaha menyebarkan dampak sosial yaitu kehidupan yang lebih baik untuk driver dan keluarganya dengan meningkatkan jumlah penghasilan mereka. Layanan utama GO-JEK yakni jasa transportasi berbasis *online* sangat penting bagi kota dengan tingkat lalu lintas yang padat seperti Jakarta dan kota lainnya di mana mereka beroperasi. GO-JEK menawarkan manfaat besar baik untuk para pelanggan dan penyedia jasa.

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, logistik, pembayaran, layan-antar makanan, 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.

Perusahaan penyedia layanan *on-demand* berbasis aplikasi ini berhasil masuk dalam daftar 56 Perusahaan yang mengubah dunia rilisan Fortune atau disebut dengan daftar “*Change the World.*” GO-JEK menempati peringkat ke-17, bersama sejumlah perusahaan-perusahaan kelas dunia lainnya seperti Apple (peringkat-3), Unilever (peringkat-21), Microsoft (peringkat-25), dan masih banyak lagi. GO-JEK menjadi satu-satunya perusahaan asal Asia Tenggara yang masuk dalam daftar tersebut.

Fortune menyebutkan bahwa layanan *on-demand* GO-JEK mampu mengejutkan perekonomian kota di mana bisnis-bisnis UMKM terbantu dengan pelonjakan pendapatan setelah menjadi mitra perusahaan. Mitra pengemudi yang jumlahnya lebih dari 300 ribu pun dapat menikmati berbagai manfaat kesehatan, asuransi, pelatihan keselamatan, hingga layanan keuangan mikro.

GO-JEK juga baru-baru ini mendapatkan penghargaan sebagai *Top 10 Most Powerful Brand* in Indonesia pada acara Brand Asia 2017. Dalam penghargaan yang diberikan oleh MarkPlus, Inc bekerjasama dengan Nikkei BP Consulting tersebut, GO-JEK juga dinobatkan sebagai *Top 3*

*Brand Performer* dan *Top 3 Most Powerful Transportation/Logistic Brands*. Sebelumnya, GO-JEK juga mendapatkan penghargaan dalam Bank Indonesia Awards sebagai Perusahaan Fintech Teraktif Pendukung Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) Inklusi dan Edukasi Keuangan serta Pemberdayaan UMKM. (Sumber: <https://www.go-jek.com/blog/>)

Semenjak hadirnya GO-JEK dengan pelayanan utama transportasi online, banyak masyarakat yang terbantu dalam berbagai aspek, seperti meningkatkan perekonomian masyarakat, mengurangi tingkat pengangguran, dan yang terpenting adalah meminimalisir pengeluaran untuk transportasi.

Pelayanan transportasi yang bermutu merupakan pelayanan yang berorientasi pada kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa transportasi. Hal ini membutuhkan kualitas layanan yang optimal agar pelanggan dapat menjadi puas terhadap perusahaan. Upaya untuk meningkatkan kualitas layanan mutlak memerlukan adanya pengukuran kepuasan pelanggan sehingga dapat mengetahui sejauh mana dimensi kualitas layanan yang dapat memenuhi harapan pelanggan.

Lee dan Kao (2015) dalam Liung dan Syah (2017:32) mengatakan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Serta Liu, Guo dan Lee (2001) mengatakan bahwa kepuasan memiliki efek positif terhadap loyalitas, kepercayaan memiliki efek positif terhadap loyalitas, *switching* hambatan memiliki efek positif terhadap loyalitas, keakraban memiliki efek positif pada kepuasan, kualitas layanan memiliki

efek positif pada kepuasan, kualitas layanan memiliki efek positif pada kepercayaan, keakraban memiliki efek positif pada kepercayaan.

Walaupun penelitian terdahulu menyatakan bahwa produk atau jasa berkualitas mempunyai peranan penting untuk membentuk kepuasan pelanggan, Kotler dan Armstrong (2000). Semakin berkualitas produk dan jasa, maka kepuasan pelanggan semakin tinggi. Bila kepuasan pelanggan semakin tinggi, maka dapat menimbulkan keuntungan bagi badan usaha atau organisasi pemberi layanan tersebut. Pelanggan yang puas akan terus melakukan pembelian pada badan usaha tersebut. Demikian pula sebaliknya jika tanpa ada kepuasan, dapat mengakibatkan pelanggan pindah pada produk lain.

GO-CAR adalah salah satu layanan yang tergolong laris yang ditawarkan perusahaan GO-JEK karena memiliki tiga asuransi yang menjanjikan, yakni (1) kecepatan dan kemudahan, GO-CAR memiliki kecepatan akses yang memudahkan pemesanan. Cukup dengan menentukan alamat penjemputan dan tujuan, (2) aman dan nyaman, pergi ke mana saja, sama siapa saja lebih nyaman tanpa pusing cari parkir dan kepanasan, dan (3) kemudahan pembayaran, tidak perlu khawatir soal uang kembalian atau membawa uang tunai, dengan GO-PAY membuat layanan berkendara semakin praktis.

GO-CAR banyak digunakan masyarakat ketika berpergian ke suatu tempat perbelanjaan seperti mall, kantor, dan tempat yang tingkat mobilitas yang tinggi dan juga padat kendaraan. Contohnya Central Park

Mall yang tidak pernah sepi oleh pengunjung serta banyak dijumpai pengunjung yang menggunakan jasa GO-CAR untuk akses pulang-pergi dari Central Park Mall.

Dalam penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kualitas layanan yang baik akan meningkatkan kepuasan dalam konteks kualitas layanan saja, namun dalam penelitian ini peneliti akan menerapkan penelitian sebelumnya dalam konteks yang berbeda, yakni dalam lingkup komunikasi dengan menggunakan objek hubungan kualitas layanan informasi dengan kepuasan pelanggan kemudian subjek penelitian pengunjung Central Park Mall yang menggunakan layanan GO-CAR.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjabaran yang telah diuraikan diatas, maka peneliti telah menentukan judul penelitiannya, sebagai berikut: **“HUBUNGAN KUALITAS LAYANAN INFORMASI DENGAN KEPUASAN (Studi Kasus Pada Pengguna Layanan GO-CAR di Central Park Mall)”** sebagai bahan penelitiannya.

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana kualitas layanan informasi GO-CAR?
2. Bagaimana kepuasan pengunjung Central Park Mall yang menggunakan layanan GO-CAR?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah penelitian diatas, maka tujuan dari penelitian ini, yaitu :

1. Untuk mengetahui kualitas layanan informasi GO-CAR.
2. Untuk mengetahui kepuasan pengunjung Central Park Mall yang menggunakan layanan GO-CAR.
3. Untuk mengetahui sejauh mana hubungan kualitas layanan informasi GO-CAR dengan kepuasan pengunjung Central Park Mall yang menggunakan layanan GO-CAR.

## 1.4 Manfaat Penelitian

### 1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis, manfaat dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Dapat bermanfaat untuk menambah wawasan dan pengetahuan pada perkembangan ilmu dibidang *marketing communication*.
2. Penelitian ini juga bertujuan untuk menambah informasi bahwa kualitas layanan yang baik akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

### 1.4.2 Manfaat Praktis

Secara teoritis, manfaat dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu referensi bagi para praktisi komunikasi pemasaran mengenai bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan.

2. Dapat menjadi masukan bagi pembaca, dan juga diharapkan dapat membantu pihak lain dalam penyajian informasi serta dapat memberikan referensi bahan penelitian untuk mengadakan penelitian serupa.

## 1.5 Sistematika Penelitian

Berikut adalah penjabaran lengkap mengenai sistematika penulisan penelitian yang diuraikan secara kualitatif, yaitu :

### BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan latar belakang masalah, rumusan masalah penelitian, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematis penulisan yang menjabarkan secara singkat kerangka laporan penelitian yang akan penulis teliti.

### BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi uraian mengenai tinjauan kepustakaan yang berhubungan dengan permasalahan yang akan diangkat, operasional variabel dan kerangka pemikiran.

### BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisikan metode dan desain penelitian yang digunakan oleh penulis, unit analisis, kategori dan definisi kategori, serta analisis data yang digunakan penulis dalam penelitian.

#### BAB IV HASIL PENELITIAN

Bab ini berisi tentang gambaran umum objek penelitian, hasil penelitian, dan pembahasannya.

#### BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan dan juga disertai saran agar penelitian ini dapat lebih sempurna.