

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

PT. Gojek Indonesia merupakan salah satu perusahaan jasa transportasi *online* yang memberikan layanan praktis dan cepat ditengah kemacetan. Semakin berkembangnya jasa transportasi *online* seperti “Gojek” saat ini dirasa semakin mempermudah perjalanan tanpa harus merasakan kemacetan di Jakarta. PT. Gojek Indonesia saat ini semakin berkembang pesat sehingga membuat beberapa perusahaan *international* seperti *Google*, investor asal Singapura, *platform online* China *Meituan-Dianping*, *Tencent Holdings Ltd* yang merupakan salah satu media sosial Tiongkok dan perusahaan *international* lainnya berpartisipasi dalam memberikan investasi kepada perusahaan Gojek (Savithri, 2018). Hal tersebut menunjukkan bahwa “Gojek” memiliki peluang yang besar untuk mempertahankan posisinya menjadi jasa transportasi *online* andalan.

“Gojek” menyediakan layanan transportasi dan gaya hidup (*lifestyle services*) yang semakin berkembang, salah satu nya adalah *Go-ride*. *Go-ride* merupakan ojek motor yang memiliki standar pelayanan dan menggunakan layanan pemesanan melalui sistem *online* atau *smartphone* (www.go-jek.com). Sebelum berkembangnya teknologi, masyarakat menggunakan transportasi seperti ojek pangkalan, becak dan angkutan kota. Sebelumnya ojek menggunakan sistem pangkalan, yang mengharuskan pelanggan datang ke pangkalan ojek nya, melakukan tawar menawar harga dengan pengemudi ojek, dan dirasa kurang aman karena rawannya kriminalitas. Hal tersebut memunculkan ide untuk mengkoordinasi ojek-ojek tersebut bergabung ke jasa transportasi *online* agar lebih aman, nyaman, tidak perlu untuk melakukan tawar menawar, efektif dan praktis.

Pemesanan jasa transportasi *online* “Gojek” ini sangat mudah, hanya dengan meng-*install* aplikasi gojek melalui *smartphone*, tentukan alamat yang akan dituju. Dari aplikasi tersebut lokasi penjemputan akan otomatis terdeteksi namun pastikan kesesuaian lokasi tersebut, lalu akan muncul tarif yang harus dibayar pelanggan pun dapat memilih metode pembayaran dengan menggunakan uang tunai atau *Go-pay* yaitu fitur pembayaran *online* yang terdapat pada aplikasi “Gojek”, konfirmasi pesanan dan *driver* akan segera menjemput. Apabila pelanggan sampai tujuan, pelanggan dapat memberikan penilaian terhadap pelayanan dari *driver* tersebut (www.go-jek.com). Pelanggan ojek *online* tersebut akan dipinjamkan helm agar perjalanan lebih aman dan beberapa *driver* masih ada yang menyediakan masker untuk pelanggannya.

Dengan kemudahan yang diberikan tersebut pengguna *Go-ride* pun semakin meningkat yang mana CEO PT. Gojek Indonesia Nadiem Makarim menyatakan bahwa pengguna aplikasinya saat ini pada tahun 2018 telah mencapai 20 juta pengguna dan rentang usia pengguna “Gojek” berusia 12-50

tahun (Setyowati, 2018). Berdasarkan pernyataan CEO PT. Gojek Indonesia tersebut menunjukkan bahwa tingginya angka pengguna gojek di tahun 2018 dan rentang usia pengguna gojek pun beragam mulai dari remaja hingga dewasa, tidak hanya perempuan tetapi juga laki-laki.

Menurut Fakih (1996) menyatakan bahwa perempuan dikenal memiliki sifat yang lebih sensitif, emosional namun memiliki empati yang tinggi sementara laki-laki dianggap memiliki sifat yang rasional, penuh pertimbangan namun lebih agresif. sehingga dalam menilai laki-laki lebih penuh pertimbangan dibanding perempuan. Menurut Kartajaya (2003) menyatakan bahwa wanita selalu memperhatikan hingga ke detail, konsumen wanita akan menilai segala sesuatu dengan lebih terperinci dan awas terhadap berbagai isu, sehingga penyedia jasa tidak boleh melupakan bagian kecil agar konsumen wanita tidak merasa kecewa, sedangkan pria kurang memperhatikan detail dan isu yang terjadi.

Perbedaan karakteristik tersebut dapat menimbulkan persepsi yang berbeda-beda mengenai kualitas pelayanan “Gojek” yang mengarah pada kepuasan pelanggan. Menurut Zeithaml & Bitner (dalam Alman et al, 2018) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan (jasa), kualitas produk, harga dan faktor pribadi dari pelanggan.

Semakin meningkatnya pengguna “Gojek” memunculkan keinginan para masyarakat atau ojek-ojek pangkalan untuk bergabung dengan perusahaan “Gojek” dan menjadi *driver* Go-ride, Sehingga pihak “Gojek” harus lebih mengutamakan keamanan dari sisi pengemudi maupun konsumen. “Gojek” bekerjasama dengan Kementerian Perhubungan untuk memberikan pelatihan keselamatan dalam berkendara, pelatihan yang diberikan berupa sosialisasi peraturan lalu lintas, tips berkendara yang aman, mulai dari atribut berpakaian hingga postur tubuh di atas motor (“Driver gojek ikuti”, 2019). Hal tersebut bertujuan untuk meningkatkan kepuasan para pengguna jasa transportasi *online* “Gojek”, agar lebih aman dan nyaman dalam perjalanannya. Namun diberikannya pelatihan tersebut tidak membuat beberapa *driver* aman dalam berkendara.

Dari beberapa hasil wawancara dengan pengguna “Gojek” menyatakan bahwa terdapat *driver* yang “ugal-ugalan”, melanggar lalu lintas, bersikap kurang sopan, identitas *driver* berbeda dengan aplikasi, atribut yang kurang bersih, keterlambatan penjemputan, *driver* membatalkan pesanan, *driver* marah-marah dan aplikasi “Gojek” yang sering *error*. Layanan yang tidak sesuai dan tidak memenuhi standar tersebut dapat menyebabkan penilaian yang buruk, sehingga mempengaruhi kepuasan pelanggan jasa transportasi *online* “Gojek”.

Menurut Zeithaml & Bitner (2000) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap suatu layanan atau produk itu sendiri yang diperkirakan dapat memenuhi harapan dan kebutuhannya. Zeithaml & Bitner

(dalam Almanan et al, 2018) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan sangat dipengaruhi oleh persepsi terhadap kualitas pelayanan yang diberikan. Apabila pelanggan mendapatkan pelayanan sesuai dengan harapannya maka pelanggan akan merasa puas. Pelanggan yang puas akan cenderung lebih loyal terhadap produk tersebut, akan merekomendasi ke pihak lain dan mengatakan hal-hal baik tentang produk tersebut (Supranto, 2006)

Hal tersebut juga dialami oleh F 20 tahun berjenis kelamin perempuan, seperti hasil wawancara berikut ini :

Saya pengguna Gojek dari tahun 2015, menurut saya gojek lebih cepat dan lebih lengkap. Walaupun harga nya gak semurah grab tapi gojek lebih lengkap dan driver nya pun sudah banyak jadi lebih cepat buat dapet driver nya. menurut saya driver gojek lebih banyak tau jalan atau mereka inisiatif buat pake maps, gak banyak nanya. Maka nya saya masih pake gojek sampe sekarang. Kalo untuk penilaian biasa nya, kalo driver nya marah-marah karna salah jalan atau driver laki-laki yang ngerem tiba-tiba itu saya kasih rating 2, karena saya kurang nyaman dengan sama sikap driver yang kurang sopan menurut saya. Selebih nya masih saya kasih rating 4 atau 5 (wawancara pribadi, F, perempuan, 8 April 2019).

Subjek berinisial F tersebut diduga merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh gojek, F menilai *driver* “Gojek” yang banyak sehingga lebih cepat dalam penjemputan, *driver* yang berinisiatif menggunakan *maps*, berperilaku sopan, kelengkapan atribut para *driver* nya dan kelengkapan fitur pada aplikasi “Gojek”.

Berbeda dengan subjek berinisial M (22 tahun) berjenis kelamin perempuan yang berdasarkan hasil wawancara diduga tidak puas terhadap layanan”Gojek”, seperti petikan wawancara sebagai berikut :

Dulu saya pengguna gojek dari tahun 2015, tapi akhir-akhir ini saya berpindah ke grab karena gojek harga nya bisa sangat mahal saat waktu-waktu tertentu dan promo nya gak sebesar grab. kadang driver gojek juga sering gak pake atribut gojek nya, beda identitas driver yang diaplikasi sama yang datang, kadang kalo helm yang dikasih bukan helm gojek suka bau gitu, saya juga pernah dapet driver yang jauh banget dari lokasi penjemputan saya sehingga telat jemput nya. jadi saya pindah ke grab. Padahal dulu nya saya pake gojek gak pernah nemu yang kaya gitu, driver nya pake atribut lengkap dan malah dikasih masker sama penutup kepala, tapi sekarang pelayanan gojek makin menurun. (wawancara pribadi, M, perempuan, 8 April 2019).

Subjek berinisial M tersebut pengguna “Gojek” namun berpindah ke perusahaan transportasi *online* lainnya. Subjek tersebut diduga merasa tidak puas terhadap pelayanan “Gojek” dikarenakan *driver* yang tidak beratribut lengkap, identitas yang berbeda dengan aplikasi, atribut yang digunakan kurang bersih dan *driver* yang jauh dari lokasi penjemputan, sehingga hal itu membuat subjek

memilih untuk berpindah ke transportasi *online* lainnya dengan harga yang lebih murah dan pelayanan yang baik.

Selain itu, berdasarkan hasil wawancara subjek berinisial N (21 tahun) berjenis kelamin laki-laki yang menggunakan “Gojek” petikan wawancara sebagai berikut :

Menurut saya gojek praktis walaupun harga cenderung menguras dompet. saya merasa nyaman dan aman dengan pelayanan yang diberikan karena driver nya banyak jadi saya bisa dapat driver lebih cepat, aplikasi nya juga lebih lengkap, beberapa driver sopan dan kadang driver nya membantu banget kalo saya minta tolong untuk berhenti ke ATM atau minimarket. tapi kadang ada juga driver yang suka sok tau jalan, ketiduran sambil bawa motor atau melanggar lalu lintas. kadang saya ngasih rating buruk kalo driver nya bawa motor nya gak bener kaya ugal-ugalan gitu. (wawancara pribadi, N, laki – laki 8 April 2019).

Subjek berinisial N tersebut diduga merasa puas dan nyaman dengan pelayanan yang diberikan oleh “Gojek”. Menurut N, *driver* yang sangat membantu, kelengkapan aplikasi, kecepatan penjemputan karena *driver* yang banyak, tidak melanggar lalu lintas dan tidak ugal-ugalan.

Berbeda dengan subjek berinisial A (22 tahun) berjenis kelamin laki-laki yang berdasarkan hasil wawancara diduga tidak puas terhadap pelayanan “Gojek” petikan wawancara sebagai berikut :

Saya pernah menggunakan gojek, tadi nya gojek itu murah dan lengkap karena dapet masker dan penutup kepala. Tapi sekarang saya udah gak pake gojek lagi karena driver nya sering meng-cancel orderan, kadang driver nya gak pake atribut gojek jadi susah ngenalin nya, driver nya ngebut-gebut dan seenak nya kalo bawa motor, apalagi aplikasi nya sering error sampe saya pernah order gojek tetapi driver nya gak jemput terus order-an saya diselesaikan dan saldo gopay saya kepotong. Jadi saya udah gak pernah pake gojek lagi sekarang karena pelayanan nya kurang baik. (wawancara pribadi, A, laki – laki, 14 Mei 2019).

Subjek berinisial A tersebut diduga tidak puas terhadap pelayanan “Gojek” dikarenakan *driver* yang sering membatalkan pesanan, *driver* yang tidak menggunakan atribut “Gojek”, *driver* yang berkendara “ugal-ugalan”, dan aplikasi “Gojek” yang sering *error*. Sehingga membuat subjek memilih untuk tidak menggunakan “Gojek” karena dirasa pelayanan “Gojek” yang kurang baik.

Berdasarkan hasil wawancara dari keempat subjek tersebut, dapat dilihat bahwa pengguna “Gojek” baik perempuan dan laki-laki, ada yang puas dan tidak puas. Pengguna “Gojek” perempuan dan laki-laki yang puas menilai bahwa pelayanan “Gojek” seperti, kelengkapan dan kebersihan atribut, identitas yang sama dengan aplikasi, penjemputan lebih cepat, *driver* yang berinisiatif menggunakan *maps*, berperilaku sopan, *driver* yang membantu, *driver* berkendara

yang aman dan tidak melanggar lalu lintas sehingga pelayanan tersebut dapat memuaskan dan sesuai harapan pelanggan. Sebaliknya pengguna “Gojek” perempuan dan laki-laki yang tidak puas, menilai bahwa *driver* “Gojek” seperti, identitas berbeda dengan aplikasi, aplikasi *error*, atribut yang kurang bersih, *driver* terlambat dalam penjemputan, *driver* “ugal-ugalan”, melanggar lalu lintas, *driver* marah-marah, bersikap kurang sopan, dan membatalkan pesanan.

Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rifaldi, Kadunci & Sulistyowati (2016) yang berjudul mengenai Pengaruh kualitas pelayanan transportasi *online* “Gojek” terhadap kepuasan pelanggan pada mahasiswa/I Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Semakin baik pengaruh kualitas pelayanan, semakin baik pula kepuasan pelanggan “Gojek” di Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta.

Selain itu penelitian lainnya yang sejalan berdasarkan hasil analisis data penelitian Rasyid (2017) mengenai Pengaruh kualitas layanan dan pemanfaatan teknologi terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan “Gojek”. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan “Gojek” di Jakarta. Hal ini menandakan bahwa kualitas layanan “Gojek” sudah cukup baik dan dapat memuaskan para pelanggannya. Selain itu, kepuasan pelanggan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan “Gojek” di Jakarta. Artinya semakin tinggi kepuasan pelanggan “Gojek” akan semakin tinggi kemungkinan mereka untuk kembali menggunakan jasa layanan.

Dari uraian diatas penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui perbedaan kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi *online* “Gojek” ditinjau dari jenis kelamin.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah :

1. Apakah terdapat perbedaan kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi *online* “Gojek” yang berjenis kelamin laki-laki dan perempuan?
2. Berdasarkan jenis kelamin laki-laki dan perempuan, manakah yang memiliki kepuasan terhadap kualitas pelayanan “Gojek”?

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk melihat perbedaan kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi *online* “Gojek” ditinjau dari jenis kelamin.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini berguna untuk memperoleh informasi mengenai perbedaan kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi *online* “Gojek” dilihat dari jenis kelamin. Dalam bidang psikologi, penelitian ini dapat memberikan sumbangan yang bermanfaat bagi ilmu psikologi, terutama dalam psikologi *consumer behaviour*.

2. Manfaat Praktis

Dapat memberikan manfaat bagi PT. Gojek Indonesia dan para *driver* “Gojek” untuk dapat meningkatkan kualitas pelayanan “Gojek” dalam memenuhi kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi *online* “Gojek”.