

BAB I

PENDUHLUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Pada masa sekarang ini salah satu alat yang tidak bisa terlepas dari kehidupan manusia adalah transportasi. Transportasi menjadi tonggak bagi masyarakat dalam melakukan kegiatan sehari-hari seperti bekerja, sekolah, liburan dan kegiatan penting lainnya (Bayunitri dan Putri, 2017). Selain itu transportasi dijadikan sebagai sarana alternatif yang sangat dibutuhkan masyarakat dan sudah sangat melekat dalam kehidupan mereka sehari-hari. Semakin tahun teknologi semakin berkembang, begitu pula dengan kecanggihan teknologi alat transportasi (Parmana dkk. 2017).

Pentingnya transportasi, didukung dengan situasi geografis Indonesia yang terdiri dari belasan ribu pulau, maka dari itu transportasi sangat dibutuhkan baik itu melalui jalur darat, laut maupun udara. Sebagian masyarakat lebih banyak memanfaatkan jalur darat, selain mudah jalur darat juga memiliki banyak sekali jenis kendaraan, yang mampu membantu kegiatan masyarakat untuk memenuhi kebutuhannya. Salah satu faktor pendorong tingginya tingkat ketergantungan masyarakat terhadap transportasi tidak lain dan tidak bukan adalah untuk mempersingkat waktu dalam menempuh perjalanan (Rifaldi dkk. 2016).

Tujuan adanya transportasi yang aman, selamat, lancar, cepat, nyaman adalah menjadi salah satu penunjang dalam pemerataan pertumbuhan serta stabilitas, serta sebagai salah satu pendorong, pencetus dan sebagai penunjang

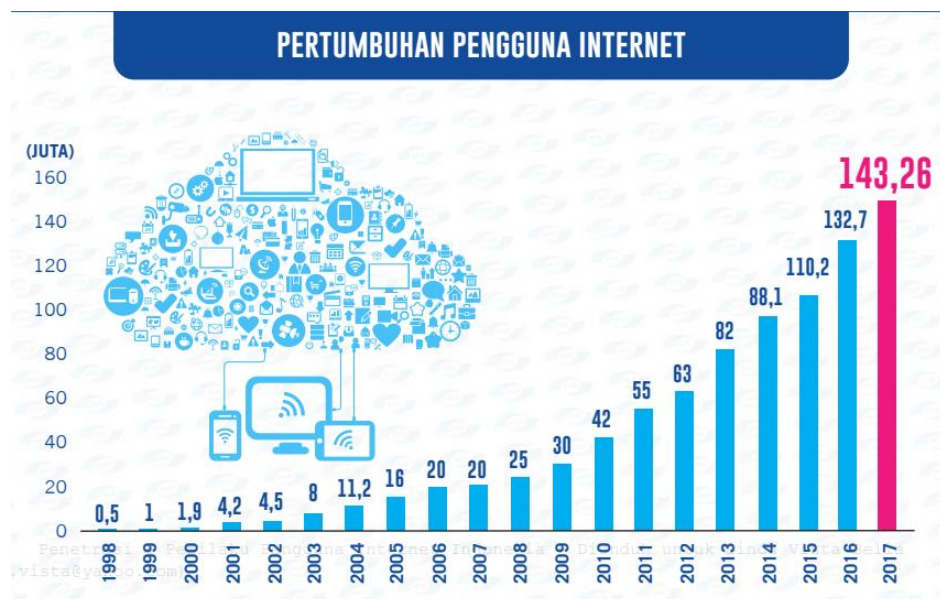
pembangunan nasional yang dapat memperat hubungan antar negara (Hengkeng, 2015). Transportasi juga dijadikan suatu tolak ukur untuk berinteraksi antar wilayah, dan menjadi penunjang dalam proses berkembang untuk wilayah itu sendiri. Wilayah Indonesia yang memiliki letak geografis yang beragam memerlukan jenis transportasi yang beragam pula dalam melayani kebutuhan masyarakat (Silondae, 2016).

Dalam menunjang perkembangan ekonomi yang lebih baik lagi, diperlukan adanya kesepadanan antara penyedia jasa dan jumlah permintaan angkutan jasa. Kemacetan arus barang yang akan terjadi jika penyedia angkutan jasa lebih kecil dari jumlah permintaan. Hal sebaliknya yang akan terjadi jika penawaran angkutan jasa melebihi dari jumlah permintaannya, maka akan terjadi persaingan tidak sehat antar pemilik jasa angkutan. (Hengkeng, 2015)

Teknologi informasi memberikan dampak secara langsung terhadap aspek kehidupan masyarakat pada masa saat ini. Dalam hal bertransaksi di dunia bisnis contohnya merupakan salah satu bukti pengaruh paling nyata yang sangat terlihat dalam kehidupan masyarakat. Internet merupakan fitur keberhasilan kemajuan teknologi dan informasi yang memberikan banyak kontribusi besar terhadap kemajuan dimasa sekarang dengan segala kemudahan yang disuguhkan oleh internet, dapat dimanfaatkan oleh perusahaan-perusahaan dalam melakukan transaksi yang dulunya masih menggunakan waktu yang lama dan biaya yang besar, kini dapat dimodernkan dan diminimalisir (Rifaldi dkk. 2016).

Pada era perkembangan internet yang cukup pesat tumbuh ditengah-tengah masyarakat. Hadirlah aplikasi-aplikasi yang menggunakan jaringan internet, hal ini menyebabkan lonjakan kenaikan jumlah pengguna internet, yang biasanya hanya untuk membuka website google untuk mencari pencarian, kini bisa mengakses aplikasinya secara langsung, tanpa harus melalui pencarian halaman google. Jumlah pengguna internet yang dari ke tahun terus meningkat dimulai dari internet banyak digunakan yaitu pada tahun 1998. Berikut ini adalah grafik jumlah pengguna internet dari tahun 1998-2017 berdasarkan hasil survei APJII dan PusKoKam.

Jumlah Pengguna Internet di Indonesia periode 1998 – 2017



Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna internet di Indonesia

Sumber: Data Survei APJII dan PusKoKam UI Tahun 2017

Jika diamati jumlah pengguna internet yang ada di Indonesia mencapai kisaran angka 55 juta ditahun 2011. Kenaikan jumlah pengguna internet yang sangat signifikan dirasakan, berdasarkan data dari Data Survei APJII dan

PusKoKam UI Tahun 2017, telah terjadi kenaikan pengguna internet yang ada di Indonesia selama 7 tahun belakangan ini sebanyak 143,26 juta. Hal ini semakin membuktikan bahwa jenis peluang usaha berbasis online ini sangat menjanjikan keuntungan bagi perusahaan yang menggunakan jasa jaringan internet.

Dimasa pertumbuhan penduduk yang semakin pesat seperti sekarang inilah, internet sangat dibutuhkan masyarakat sebagai sarana berkomunikasi, bisnis, dan hiburan. Kerena lonjakan jumlah penggunaan internet semakin tinggi setiap tahunnya inilah, yang mendorong sebagian pengusaha jasa transportasi untuk berlomba-lomba menggaet masyarakat yang merupakan konsumen dengan daya tarik dan segala macam bentuk kemudahan yang diberikan. Dengan kehadiran jasa transportasi berbasis aplikasi online dengan memanfaatkan jaringan internet sebagai sarananya, akan membantu masyarakat dalam melakukan segala aktifitas mereka sehari-hari secara cepat dan efisien (Rifaldi dkk .2016).

Dengan bermodalkan handpone dan teknologi internet perusahaan penyedia layanan jasa transportasi online dapat berbisnis, dan mencari uang dengan sangat mudah. Seiring dengan kemajuan teknologi jasa transportasi online inilah sedikit demi sedikit dapat menggerus pengganguran yang ada di Indonesia (Eman dkk. 2017). Jenis transportasi yang sedang naik daun yang dimanfaatkan untuk berbisnis ini adalah sepeda motor atau dalam beberapa tahun belakang disebut ojek (Rifaldi dkk. 2016).

Selama ini ojek dikelola oleh perorangan secara konvensional. Jika diamati, masih banyak sekali yang harus diperbaiki terutama mengenai

kualitas layanan yang diberikan kepada masyarakat sebagai konsumen. Hal-hal yang paling vital yang perlu diperhatikan oleh pengendara ojek adalah masalah keselamatan, kesopanan serta harga. Harga adalah salah satu penunjang utama yang dapat mempengaruhi seseorang konsumen dalam menggunakan jasa ojek. Pada jasa ojek pengkolan (konvensional) sering sekali terjadi deskriminasi harga, diskriminasi harga adalah penetapan harga yang berbeda-beda untuk para pembeli dari barang dan jasa yang sama (Basuki dan Prawoto, 2014). Hal ini pula yang membuat masyarakat pengguna ojek pengkolan lebih selektif dalam memilih jenis transportasi yang ingin mereka gunakan (Rifaldi dkk. 2016)

Masalah kemacetan juga masih banyak dikeluhkan masyarakat khususnya di daerah perkotaan seperti Kota Yogyakarta, karena adanya lonjakan pendatang disetiap tahunnya yang merupakan para pelajar baru yang berasal dari luar pulau Jawa. Masyarakat memerlukan transportasi yang dapat membantu masyarakat agar tepat waktu baik itu dalam berkerja, kuliah ataupun aktivitas mereka lainnya (Anindhita dkk. 2016).

Kemacetan yang terjadi inilah memunculkan ide kreatif perusahaan, menciptakan jasa transportasi berbasis aplikasi online (Abdillah dkk. 2016). Salah satu dari sekian banyak brand transportasi online, yang paling tidak asing lagi ditelinga masyarakat adalah Go-Jek Indonesia, yang dapat dijadikan alternatif masyarakat dalam menghindari kemacetan dan sebagai sarana yang mempermudah masyarakat dalam melakukan aktivitas (Wahid dkk. 2017).

Pada tahun 2011 PT.Gojek Indonesia berdiri dibawah naungan seorang CEO muda asal Indonesia yang merupakan lulusan Universitas Harvard yaitu

Nadiem Makarim dan managing director Michaelangelo Maron yang merupakan salah satu Disc Jockey ternama lulusan Science in Business administration Boston University and Bachelor of Arts in Web Design + New Media Academy of Art University, San Fransisco (Fitria dkk. 2016). Go-Jek salah satu jenis perusahaan starup karya anak bangsa yang paling populer dengan pertumbuhannya paling tinggi di Indonesia. Dengan adanya keberadaan Go-jek ini diharapkan mampu meningkatkan kesejahteraan pekerja dari berbagai sektor informal yang di Indonesia (Arpan dkk. 2018).

Go-Jek juga termasuk salah satu bisnis e-commerce yang mendapatkan pengakuan nasional Indonesia kutipan ini diperoleh melalui paparan media sosial (Tanimukti dkk. 2016). Go-jek adalah perusahaan baru dan berkembang di Ibu Kota Jakarta, dan salah satu bisnis yang mampu menggabungkan bisnis transportasi tradisional dan e-commerce. Sejak 5 tahun awal kemunculannya, Go-jek sudah memiliki 120.000 orang pengemudi. Hal ini dapat membuktikan bahwa Go-jek terus berkembang dari tahun ke tahun. Ditambah dengan fakta bahwa aplikasi Go-jek telah diunduh sebanyak 15 juta kali di Google Play Store pada sistem operasi android (Ekawati, 2017). Namun beberapa tahun kemudian para pesaing dari negara luar mulai bermunculan, pada tahun 2014, Uber masuk ke pasar Indonesia, Uber adalah jasa transportasi online asal San Francisco, California, Amerika yang telah berdiri sejak tahun 2009. Uber adalah layanan sewa-menyewa alat transportasi yang menghubungkan antara pengemudi dengan penumpang melalui aplikasi yang dapat di unduh melalui smartphone, Uber ini juga menyediakan layanan penjemputan penumpang dari berbagai kota di seluruh dunia (Lee dkk. 2017).

Satu tahun kemudian pesaing Go-Jek mulai bertambah lagi yaitu pada tahun 2015 Grab mulai masuk ke pangsa pasar transportasi online di Indonesia. Grab merupakan perusahaan penyedia jasa transportasi online dengan menggunakan sistem pembayaran mobile asal Singapura, yang telah beroperasi di enam negara asia tenggara termasuk Indonesia (Rosaliana dan Kusumawati, 2018). Pada beberapa tahun belakangan ini Uber, Grab dan Go-Jek adalah jenis transportasi online yang paling menguasai pasar layanan transportasi online di Indonesia (Silalahi dkk. 2017). Akan tetapi, walaupun Go-jek terbilang baru dan merupakan hasil inovasi anak bangsa Indonesia, Go-Jek mampu memimpin dengan jumlah konsumen serta pengemudi terbanyak di seluruh kota-kota yang ada di Indonesia.

Go-jek Indonesia telah banyak berdiri di beberapa kota di Indonesia, diantaranya Jakarta, Yogyakarta, Bali, Surabaya, Bogor, Tangerang, Depok, Bekasi, dan Bandung. Sistem teknologi yang digunakan dalam sistem manajemen dan operasional Go-jek adalah berbasis teknologi starup. Setiap driver Go-jek memanfaatkan smartphone dengan aplikasi dan GPS yang selalu aktif. Dalam posisi radius 3 km, pada saat pelanggan ingin memesan melalui aplikasi, panggilan pelanggan akan tersambung dan akan memberikan notifikasi berupa getaran kepada driver Go-jek (Hardan dkk. 2018).

Go-Send, Go-Food, Go-Car, Go-Mart, dan Go-Ride dan aplikasi lainnya adalah beberapa pilihan menu yang dapat diakses oleh para pelanggan aplikasi Go-jek (Hartati dan Yulistia, 2017). Berikut ini adalah penjelasan mengenai

layanan yang dapat diakses melalui aplikasi PT.GO-jek kepada pelanggan yaitu:

1. Go-Ride merupakan layanan jasa transportasi menggunakan sepeda motor, kelebihan dari Go-Ride lebih mudah, dan lebih cepat, karena menggunakan sepeda motor.
2. Go-Car merupakan layanan jasa transportasi menggunakan mobil, sama seperti kebanyakan taksi yang ada namun, Go-Car memiliki kelebihan tersendiri yaitu dapat diakses secara online.
3. Go-Food merupakan layanan jasa pesan antar yang menggunakan sepeda motor, yang telah terdaftar di 30.000 restoran.
4. Go-Send merupakan layanan jasa kurir yang dapat digunakan untuk mengirim Surat dan barang.
5. Go-Mart merupakan layanan pembelian berbagai jenis barang, dari berbagai macam toko.
6. Go-Box merupakan layanan jasa pindah barang dalam ukuran besar dengan menggunakan truk bak/blind van.
7. Go-Massage merupakan layanan jasa pijat kesehatan yang langsung datang kerumah.
8. Go-Clean merupakan layanan jasa kebersihan untuk kantor, rumah dan kamar kos.
9. Go-Glam merupakan layanan jasa perawatan kecantikan yang bisa datang langsung ke rumah.

10. Go-Tix merupakan layanan informasi acara dan film dengan akses pembelian dan pengantaran tiket langsung ke rumah.
11. Go-Busway adalah layanan untuk memonitor jadwal layanan bus busway dan memesan GO-Ride untuk mengantar anda kesana.
12. Go-Auto adalah layanan auto care, auto service, serta towing dan emergency untuk memenuhi kebutuhan otomotif.
13. Go-Med adalah layanan untuk memperoleh obat-obatan, vitamin, suplemen dan kebutuhan medis lainnya yang terjamin, sesuai dengan resep dokter.
14. Go-Pulsa adalah layanan pengisian pulsa langsung dari aplikasi dengan menggunakan mode pembayaran Go-Pay
15. Go-Shop adalah layanan belanja untuk membeli barang apapun dari toko manapun.

Menu-menu yang terdapat di aplikasi Go-Jek ini dapat diakses melalui aplikasi resmi Go-Jek. Kelima belas menu diatas dapat membantu dan pemudah pengguna dalam melakukan kegiatan sehari-hari. Baik itu dalam hal berpergian bisa mengakses menu Go-Ride dan Go-Car, dengan menu ini pengguna hanya membuka aplikasi Go-Jek dan membubuhkan alamat pengguna dengan tempat yang akan dituju. Menu Go-Food sama seperti Go-Ride dan Go-Car hanya saja menu Go-Food ini pengguna tidak terlibat langsung untuk menuju lokasi, pengguna hanya duduk manis dirumah dan tinggal memilih cafe atau restoran yang akan diorder dengan catatan cafe dan restoran tersebut sudah bekerja sama dengan aplikasi Go-Jek. Go-Send adalah

layanan jasa kurir yang dapat digunakan untuk mengirim surat dan barang dari rumah pengirim ke kerumah penerima.

Dikota-kota besar seperti di Ibu kota Jakarta, Bandung termasuk juga kota Yogyakarta yang jumlah populasinya banyak terdiri dari mahasiswa ataupun dari suatu instansi yang memiliki kehidupan yang modern, kelima belas menu ini pasti hampir semuanya digunakan oleh masyarakat di kota-kota besar, hal mendasari dikarenakan aktivitas yang padat saat berkerja ataupun faktor-faktor lain.

B. Batasan Masalah Penelitian

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel yang diteliti dibatasi pada variabel harga Go-Jek, kemudahan dalam mengakses dan harga kompetitor.
2. Pengguna Go-jek dibatasi hanya mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

C. Rumusan Masalah Penelitian

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh harga Go-Jek terhadap kualitas layanan yang diberikan Go-Jek di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
2. Bagaimana pengaruh kemudahan dalam mengakses terhadap kualitas layanan yang diberikan Go-jek di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
3. Bagaimana pengaruh harga kompetitor terhadap kualitas layanan yang diberikan Go-jek di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

D. Tujuan penelitian

Tujuan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Mengetahui pengaruh harga Go-Jek terhadap kualitas layanan yang diberikan Go-Jek di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
2. Mengetahui pengaruh kemudahan dalam mengakses terhadap kualitas layanan yang diberikan Go-jek di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
3. Mengetahui pengaruh harga kompetitor terhadap kualitas layanan yang diberikan Go-jek di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

E. Manfaat masalah dalam penelitian ini adalah:

A. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kualitas layanan Go-Jek di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

B. Manfaat Praktis

a) Bagi PT.Go-Jek Indonesia

Hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kontribusi bagi PT.Go-Jek agar terus meningkatkan kualitas layanan yang diberikan.

b) Bagi Mahasiswa

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi media untuk menerapkan konsep-konsep teori yang selama ini diperoleh dalam perkuliahan serta meningkatkan wawasan ilmu pengetahuan melalui berbagai temuan di lapangan yang sebelumnya terungkap.