

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada saat ini yakni era revolusi industri 4.0 kompetisi bisnis yang dihadapi saat ini kian cepat dan ketat, sehingga menuntut seluruh perusahaan untuk dapat lebih akurat dan cerdas dalam mempertimbangkan taktik berkompetisinya supaya bisa memenangkan kompetisi dengan para pesaing. Dengan perkembangan teknologi saat ini bisa menjadi referensi untuk menjadi kesempatan bisnis yang menjanjikan. Dengan kata lain, banyak perusahaan mengaplikasikan teknologi sebagai standar operasional demi menjaga kompetisi dengan perusahaan dan produk lain kian kuat. Tetapi dengan ada banyak kompetisi yang dihadapi oleh perusahaan tersebut karenanya akan memaksa tiap-tiap perusahaan semestinya senantiasa menjaga dan meningkatkan pelayanan kepada para konsumen.

Dalam kompetisi bisnis pada saat ini, persyaratan agar perusahaan dapat sukses dalam kompetisi yakni berupaya menempuh tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan konsumen. Supaya segala tujuan ini tercapai, karenanya tiap-tiap perusahaan semestinya bisa menghasilkan dan memperkenalkan barang atau jasa yang diharapkan oleh konsumen pantas dengan kebutuhan dan harapan. Maka banyak perusahaan memakai aplikasi sebagai tempat memasarkan dan melayani konsumen. Dengan demikian, perusahaan jasa bahkan juga menikmati perkembangan teknologi yang kian merambat kepada tiap-tiap aspek kehidupan yang bertumpu pada teknologi.

Dengan perkembangan teknologi ini terdapat aplikasi yang mengenalkan layanan pengorderan ojek dengan mengaplikasikan teknologi. Sebelumnya ojek

menerapkan metode pangkalan yang berbasis kawasan di tikungan dan di gang dekat jalan. Pengendara ojek dari kawasan yang berbeda tidak dapat sembarangan mangkal di suatu kawasan tanpa adanya izin dari tukang ojek yang berada di kawasan tersebut. Untuk memakai jasa ojek bahkan wajib membayar dengan cara kontan dan ada kalanya melakukan tawar menawar terlebih dulu antara calon penumpang dengan tukang ojek. Sekarang sudah ada jasa ojek *online* yang berada di Kabupaten Deli Serdang yakni Gojek dan Grab, dengan memberikan pelayanan yang hampir sama mulai dari mengantar orang dengan tarif yang berbeda-beda, tetapi dengan pengorderan yang sama dengan memakai aplikasi di telepon genggam.

Kini transportasi yang berbasis *online* amat diminati oleh masyarakat. Bagaimana tidak, beberapa besar masyarakat Indonesia tertarik dan berminat memakai jasa transportasi berbasis *online*. Dengan bermodalkan *smartphone* dan kuota internet kita dapat mengorder layanan yang serba murah dan tidak cuma itu bahwa kemajuan teknologi kini dapat membawa kita kepada zaman yang dimana segala sesuatu serba gampang.

Di daerah Deli Serdang terdapat jasa penyedia transportasi ojek *online* yakni Gojek Indonesia yang berdiri pada tahun 2010 yang menyediakan jasa transportasi ojek *online* yang berbasis aplikasi dengan merek Gojek dan dilengkapi dengan fasilitas sepeda motor, helm, jaket, aplikasi yang terdapat nama, nomor telepon dan GPS untuk mengetahui dimana *drivernya*, layanan order lewat aplikasi dengan gampang, layanan pengaduan dan pada akhir pelayanan konsumen bisa memberikan ulasan dan *rating* kepada *driver* perihal pelayanan yang sudah didapatkan sehingga perusahaan pun dapat mengetahui pelayanan yang sudah

didapatkan konsumen dan perusahaan akan terus mengkoreksi standar pelayanannya.

Gojek menawarkan jasa yang dapat dimanfaatkan oleh para pelanggannya yakni: *Go Box* (pengantaran barang), *GoRide* (jasa angkutan sepeda motor), *Go Shoop* (belanja), *Go Food* (jasa kurir minuman dan makanan), *Go Car* (jasa angkutan mobil) dsb. Kemudahan yang sudah ditawarkan oleh Gojek tersebut supaya masyarakat beralih memakai jasa layanan Gojek sebab telah tidak perlu lagi melakukan tawar menawar tarif, sebab tarif di hitung melewati jarak tempuh.

Gojek bukanlah satu-satunya pemain dalam jasa transportasi *online*, setidaknya pada saat ini Gojek mempunyai pesaing yang gencar mengambil pasar Gojek yakni Grab. Gojek dan Grab saling berlomba-lomba dalam memberikan pelayanan yang terbaik kepada penumpang. Sebab kepuasan konsumen merupakan hal yang benar-benar penting dalam memenangkan kompetisi.

Supaya perusahaan tidak ketinggalan dalam kompetisi karenanya perlu adanya kepuasan konsumen, supaya konsumen merasa puas. Kepuasan konsumen dapat dinikmati sesudah konsumen membandingkan pengalaman mereka dalam melakukan pembelian barang atau jasa dari penjual.

Unsur harga juga seharusnya dipusatkan perusahaan untuk daya minat konsumen agar dapat menarik konsumen untuk melakukan pembelian. Secara umum bagi konsumen yang peka harga murah adalah sumber kepuasan yang penting. Walaupun bagi konsumen yang tidak peka, unsur harga relatif tidak demikian penting kontribusinya kepada penciptaan kepuasan konsumen. Harga tidak sanggup menghasilkan keunggulan yang berkompetisi dalam kepuasan konsumen, sebab harga mudah untuk dicontoh atau diduplikasi. Sebuah perusahaan

perlu mempertimbangkan harga yang berkompetisi, dimana harga bisa dilihat pantas oleh calon konsumen, sebab cocok dengan manfaat dan terjangkau. Lewat harga yang bersaing sebuah produk dapat memperoleh poin lebih dimata konsumen dan akan menjadi poin penting dalam memberi pengaruh kepuasan konsumen.

Menentukan tujuan harga yang bersaing yakni suatu yang bisa diubah dengan kencang sejalan dengan perubahan pasar, termasuk dalam kompetisi harga. Secara umum, penetapan harga bertujuan untuk mencari laba supaya perusahaan bisa berjalan. Namun, dengan kompetisi yang kian ketat tujuan mencari laba optimal dalam praktisnya akan susah untuk dicapai.

Dalam hal ini Gojek ialah perusahaan yang memakai teknologi sehingga dibutuhkan kualitas pelayanan yang bagus, sebab hal ini menjadi tolak ukur yang sepatutnya diperhatikan. Sebab akan khawatir apabila berkurangnya pesanan dari banyaknya keluhan. Maka dari itu perusahaan sepatutnya berupaya memberikan pelayanan yang maksimal supaya tingkat kepuasan konsumen bisa lebih meningkat dan konsumen merasa puas.

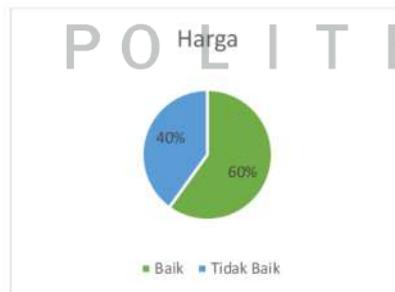
Dan didalam penelitian ini cuma berkonsentrasi pada *GoRide* sebab pada layanan ini konsumen bisa merasakan layanan mulai dari pengorderan hingga sampai di daerah tujuan.



Gambar 1.1 Hasil Pra Survei Kualitas Layanan pada Konsumen *GoRide* Gojek di kabupaten Deli Serdang pada tanggal 15 Oktober 2019

Sumber: Diolah oleh peneliti

Menurut hasil dari pra survey yang telah dilakukan kepada konsumen ojek *online* Gojek dengan memberikan pertanyaan kepada konsumen *GoRide* perihal "Bagaimana penilaian anda mengenai kualitas layanan *GoRide* Gojek?". Hasil dari pra survei ini menunjukkan bahwa beberapa responden (16 orang/53%) mempunyai persepsi bahwa layanan yang diberi oleh Gojek amat bagus, padahal (14 orang/47%) mempunyai persepsi bahwa layanan yang diberi oleh Gojek tidak bagus.



Gambar 1.2 Hasil Pra Survei Perihal Harga Terhadap Konsumen *GoRide* Gojek di kabupaten Deli Serdang pada tanggal 15 Oktober 2019

Sumber: Diolah oleh peneliti

Menurut hasil dari pra survey yang telah dilakukan kepada konsumen ojek *online* Gojek dengan memberikan pertanyaan kepada konsumen *GoRide* perihal “Bagaimana penilaian anda mengenai harga *GoRide* Gojek?”. Hasil dari pra survei menunjukkan bahwa beberapa responden (18 orang/60%) mempunyai persepsi bahwa harga yang diberi oleh Gojek terjangkau, padahal sebanyak (12 orang/40%) mempunyai persepsi bahwa harga yang diberi oleh Gojek tidak terjangkau.



Gambar 1.3 Hasil Pra Survei perihal Kepuasan Pelanggan Ojek *GoRide* Gojek di kabupaten Deli Serdang pada tanggal 15 Oktober 2019

Sumber: Diolah oleh peneliti

Menurut hasil dari pra survei yang telah dilakukan pada konsumen ojek *online* Gojek dengan memberikan pertanyaan perihal “Bagaimana kepuasan anda sesudah menggunakan *GoRide* Gojek?”. Hasil dari pra survei menunjukkan bahwa beberapa responden (26 orang/87%) mengungkapkan bahwa mereka puas sesudah memakai ojek *online* Gojek, padahal sebanyak (4 orang/13%) mengungkapkan bahwa mereka tidak puas sesudah memakai ojek *online* Gojek.

Kian banyaknya ojek *online*, berpengaruh dengan kian ketatnya persaingan. Dan unsur yang menjadi penyebab akan kompetisi yaitu adanya persaingan harga dan banyak opsi atau pilihan jasa ojek *online*. Hal ini membuat para konsumen kian selektif memilih jasa ojek *online*, namun konsumen akan memilih satu diantara

opsi atau pilihan yang berdasarkan konsumen itu sesuai dengan yang diharapkan. Untuk mengantisipasi itu maka perusahaan ojek *online* sepatutnya bisa memberikan harga dan kualitas layanan yang pantas supaya bisa menghasilkan kepuasan terhadap konsumen. Berdasarkan penemuan yang demikian peneliti berminat untuk melaksanakan penelitian tentang **“Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Pengguna *GoRide* Gojek di Kabupaten Deli Serdang”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan diatas, maka rumusan masalah yang diterapkan yakni sebagai berikut:

1. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa pengguna *GoRide* GOJEK di kabupaten Deli Serdang?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa pengguna *GoRide* GOJEK di kabupaten Deli Serdang?
3. Apakah harga dan kualitas layanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan mahasiswa pengguna *GoRide* GOJEK di kabupaten Deli Serdang?

1.3 Tujuan Penelitian

Menurut rumusan masalah diatas, maka adapun tujuan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan mahasiswa pengguna *GoRide* GOJEK di kabupaten Deli Serdang.

2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa pengguna *GoRide* GOJEK di kabupaten Deli Serdang.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas layanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan mahasiswa pengguna *GoRide* GOJEK di kabupaten Deli Serdang.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian yang dikerjakan ini akan memberikan sebagian kegunaan maupun manfaat adalah sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

- a. Penelitian ini bisa menambah ilmu pengetahuan dan pengalaman mengenai kualitas layanan dan harga serta seputar kepuasan konsumen.
- b. Sebagai implementasi atas teori yang sudah didapatkan dari perkuliahan dan menambah wawasan seputar dunia bisnis.

2. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini akan memberikan ilustrasi seputar pengaruh harga dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen jasa transportasi ojek *online* di kota Medan. Sehingga penelitian ini bisa menjadi usulan bagi perusahaan Gojek Indonesia untuk mengenal unsur-unsur yang bisa memberi pengaruh kepuasan konsumen.

3. Bagi Akademik

Penelitian ini bisa menjadi sumber acuan atau rujukan dan juga bisa memberikan kontribusi pada pengembangan studi mengenai pemasaran dan

bisa dipakai juga sebagai acuan atau rujukan dalam penelitian berikutnya mengenai tema yang sama.

