

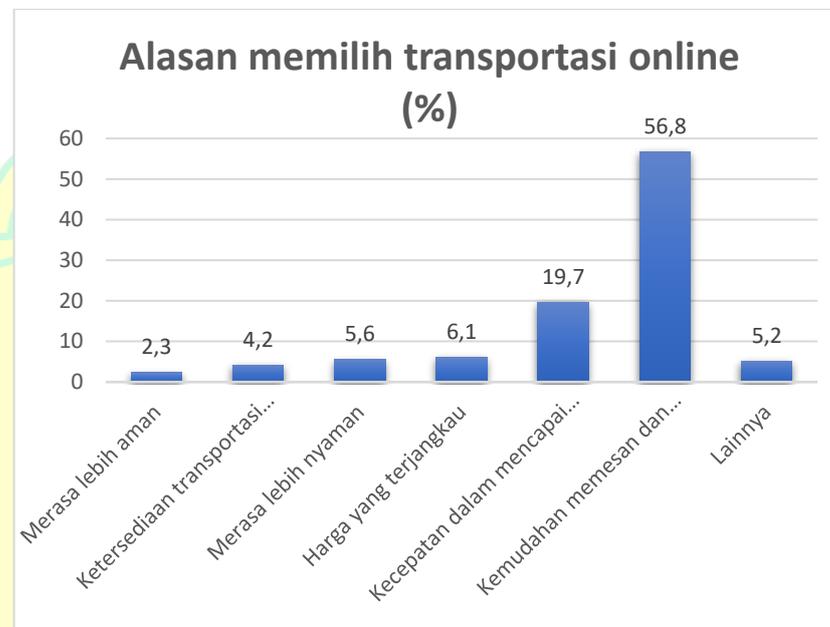
BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Pilihan transportasi berbasis teknologi informasi mengalami perkembangan signifikan di awal dekade ini. Transportasi adalah komponen vital dalam kehidupan ekonomi dan sosial, serta pembangunan dan mobilitas yang berkembang bersama kemajuan di berbagai sektor. Pertumbuhan ekonomi yang cepat membuat transportasi menjadi kebutuhan penting dalam kegiatan sehari-hari, sehingga masyarakat lebih cermat dalam memilih transportasi yang digunakan. Banyak perusahaan transportasi yang berupaya menarik minat penumpang dengan produk dan layanan mereka. Masyarakat cenderung menerima dan menggunakan sarana transportasi yang mereka percayai. Menurut Skrúcaný *et al.*, (2019), transportasi merupakan alat yang digunakan untuk memindahkan barang atau manusia dari satu lokasi ke lokasi lainnya. Peningkatan penggunaan internet berdampak pada perkembangan layanan transportasi darat yang saat ini menerapkan sistem layanan *online*. Pengembangan teknologi berbasis aplikasi, seperti transportasi *online*, menjadi contoh yang sangat baik dari inovasi teknologi yang diterima dengan baik sejak awal kemunculannya. Tak dapat disangkal bahwa transportasi *online* telah meraih posisinya yang kuat di kalangan masyarakat Indonesia, menjadikannya sebagai kebutuhan yang tidak dapat dihindari. Popularitas layanan transportasi *online* tetap tinggi hingga saat ini, meskipun terdapat kenaikan harga. Peminatnya

tidak berkurang, dan terdapat beberapa alasan yang mendorong masyarakat Indonesia untuk menggunakan layanan transportasi *online*.



Gambar 1.1 Persentase Alasan Memilih Transportasi Online

Sumber : Goodstats (2023)

Alasan utama yang membuat orang Indonesia lebih memilih transportasi *online* daripada opsi transportasi lainnya adalah karena kemudahan. Berdasarkan hasil survei "Pola Perilaku Masyarakat Indonesia Saat Menggunakan Transportasi Online 2023" dari GoodStats, yang melibatkan 400 responden dari seluruh Indonesia pada bulan Juni, penggunaan aplikasi untuk memesan transportasi *online* dianggap sangat mudah dan sederhana, sehingga pelanggan jarang menghadapi kesulitan. Sebanyak 56,8% responden setuju dengan pernyataan tersebut. Tidak hanya mudah digunakan, transportasi *online* juga dianggap mampu mengantarkan pengguna ke tujuan dengan cepat, menjadikannya alasan lain mengapa orang

Indonesia lebih suka menggunakan transportasi *online* daripada moda transportasi lainnya.

Selain dua alasan utama di atas, sekitar 6,1% responden menyatakan bahwa harga layanan transportasi *online* yang terjangkau menjadi faktor utama yang membuat layanan tersebut lebih diminati. Jasa transportasi *online* seringkali menawarkan berbagai promo menarik yang menggiurkan pengguna. Metode pembayaran yang beragam juga mendorong masyarakat untuk lebih sering menggunakan transportasi *online*. Sebanyak 5,6% responden merasa lebih nyaman menggunakan transportasi *online*, sementara 2,3% responden mengungkapkan bahwa mereka merasa lebih aman bepergian dengan transportasi *online* dibandingkan dengan moda transportasi lainnya. Fitur keamanan yang tersedia di aplikasi transportasi *online* memberikan rasa tenang kepada pengguna, bahkan dalam keadaan darurat, pengguna dapat terhubung secara otomatis dengan *hotline* darurat.

Perkembangan teknologi saat ini berlangsung dengan sangat cepat, dan pemanfaatannya telah menjadi aspek vital dalam mempermudah aktivitas sehari-hari. Salah satu contohnya adalah dalam bidang transportasi melalui layanan *ride-hailing* (Salim et al., 2021). Menurut Hardy et al., (2024) *ride-hailing* adalah jasa transportasi massal berbasis digital dengan rasa kendaraan pribadi, dimana dalam satu kali perjalanan dalam sebuah kendaraan hanya ada penumpang yang memesan dan *driver*, tidak ada penumpang lain yang tidak dikenal. Salim et al., (2021) juga mengatakan jika layanan ini secara signifikan meningkatkan efisiensi bagi penumpang dalam memesan transportasi *online*, serta mengurangi

waktu tunggu dan tingkat kekosongan transportasi *online* dibandingkan dengan transportasi tradisional.

Menurut laporan We Are Social Digital 2020 Indonesia pada Januari 2020, layanan ride-hailing telah meraih popularitas yang besar di Indonesia, dengan 21,7 juta orang yang menggunakan layanan ini atau berbagi tumpangan. Laporan ini juga menunjukkan bahwa 75% pengguna internet di Indonesia secara aktif menggunakan aplikasi peta di ponsel mereka.

Munculnya transportasi *online* terjadi ketika mobilitas masyarakat sedang tinggi. Pesatnya perkembangan transportasi *online* didukung oleh meningkatnya minat pengguna terhadap transportasi berbasis aplikasi (KresnamurtiRivaiP *et al.*, 2019). Pelayanan transportasi pada zaman sekarang mengalami pertumbuhan yang pesat. Perusahaan-perusahaan transportasi berupaya menyediakan layanan yang membantu individu dalam menjalankan aktivitas sehari-hari, meningkatkan efisiensi, dan mendukung mobilitas yang tinggi. Saat ini, pengguna tidak hanya fokus pada pembelian produk semata, melainkan juga menilai seluruh aspek produk mulai dari tahap pra-pembelian. Dalam situasi persaingan yang ketat, pengguna memiliki pengaruh yang signifikan dalam memilih produk yang mereka pilih. Beberapa perusahaan bersaing untuk mendirikan perusahaan transportasi yang menggunakan aplikasi *online*, termasuk di antaranya Gojek, Maxim, dan Indrive yang merupakan aplikasi layanan transportasi yang didalamnya terdapat *ride-hailing* (ojek *online*). Awalnya, ojek dapat diakses di pangkalan-pangkalan ojek, tetapi sekarang beberapa perusahaan di Indonesia telah mengembangkan aplikasi untuk memesan layanan ojek secara *online* melalui aplikasi. Dalam kerangka ini,

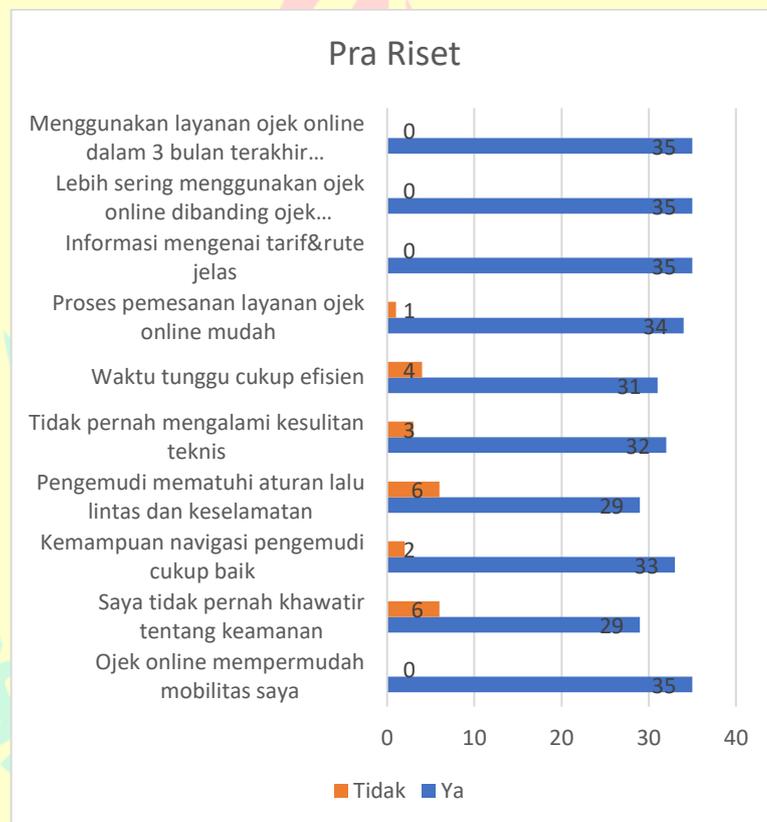
terjadi kolaborasi antara perusahaan aplikasi dan para *driver* transportasi *online* untuk memaksimalkan kapasitas produksi yang tidak terlihat. Kemunculan model transportasi *online* memberikan beragam opsi kepada pengguna dengan menyediakan layanan yang berkualitas, akses yang mudah, harga yang terjangkau, dan kepastian harga. Sudah terdapat perangkat lunak layanan angkutan di Indonesia, seperti Gojek, Grab, Maxim, dan Indrive (Rezki *et al.*, 2019).

Penelitian tentang fenomena ojek *online* timbul sebagai tanggapan terhadap perubahan besar dalam ekosistem transportasi di Indonesia, yang dipengaruhi secara signifikan oleh kemajuan teknologi dan pergeseran perilaku pengguna. Konteks penelitian ini mencakup beberapa dimensi kritis yang mencerminkan kompleksitas dan dampak fenomena ojek *online* terhadap masyarakat dan ekonomi. Awalnya, penting untuk memahami bahwa sebelum layanan ojek *online* menjadi populer, sektor transportasi di Indonesia sering menghadapi sejumlah tantangan, termasuk ketidakpastian, kenyamanan yang kurang, dan ketidakandalan sistem transportasi. Salah satu ketidakpastian harga dan kenyamanan yang kurang oleh ojek konvensional yang pernah ada yaitu pemerasan yang terjadi di terminal Kalideres pada tahun 2020 lalu menurut Ladjar & Maullana, (2020) yang dikutip melalui Kompas.com, diberitakan bahwa ojek konvensional yang ada disekitar mengelabui penumpang dengan menyebutkan tarif dengan ambigu sehingga menyebabkan penumpang salah mengartikan dan setelahnya memaksa penumpang dengan membayar tarif berkali lipat dari tarif yang ada pada umumnya. Kendala-kendala ini memicu kebutuhan akan solusi inovatif yang dapat meningkatkan aksesibilitas dan efisiensi perjalanan. Jika dalam ojek *online*, ketidakpastian dalam

tarif minim terjadi karena sebelum pengguna membuat pesanan, tarif sudah tertera jelas, pun jika ada *driver* yang melakukan pemerasan, hal tersebut bisa dilaporkan kepada perusahaan melalui aplikasi sehingga *driver* bisa dikenakan sanksi. Faktor utama dalam munculnya ojek *online* adalah perkembangan teknologi, terutama pertumbuhan penggunaan *smartphone* dan penyebaran luas akses internet di masyarakat Indonesia. Sejak adanya aplikasi ojek *online*, masyarakat dapat dengan mudah memesan layanan transportasi melalui ponsel pintar mereka, meningkatkan kenyamanan dan efisiensi dalam pencarian transportasi.

Selanjutnya, fenomena ojek *online* juga mencerminkan transisi menuju ekonomi berbasis platform di mana penyedia layanan dan pengguna terhubung melalui platform *digital*. Model bisnis ini membuka peluang ekonomi baru bagi para *driver* ojek *online* yang dapat mengoptimalkan waktu dan sumber daya mereka, sambil memberikan fleksibilitas lebih besar bagi pengguna. Latar belakang penelitian juga mencakup perubahan dalam pola perilaku pengguna terkait preferensi pembayaran, keamanan, dan kenyamanan. Layanan ojek *online* seringkali menyediakan metode pembayaran elektronik, mempermudah transaksi bagi pengguna. Fitur-fitur keamanan dan pelacakan perjalanan juga memberikan kepercayaan kepada pengguna ojek *online*, yang mungkin menjadi pertimbangan penting dalam memilih layanan transportasi. Melalui penyelidikan lebih lanjut latar belakang ini, penelitian tentang fenomena ojek *online* di Indonesia dapat memberikan wawasan mendalam tentang bagaimana perubahan teknologi dan perilaku pengguna memengaruhi sektor transportasi dan membentuk pola baru dari ekonomi berbasis platform di negara ini.

Peneliti telah melaksanakan survei awal atau pra-riset dengan menyebarkan kuesioner kepada 35 responden yang merupakan pengguna ojek online di DKI Jakarta. Tujuan survei awal ini adalah untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan terhadap layanan ojek online, dan hasilnya menunjukkan bahwa responden berusia antara 17 hingga 50 tahun, telah menggunakan layanan ojek *online* diantaranya Gojek, Maxim, dan Indrive dalam 3 bulan terakhir.



Gambar 1.2 Hasil Pra-Riset Kepuasan Layanan Ojek Online

Sumber: Diolah oleh peneliti (2024)

Dapat dilihat pada gambar 1.2 bahwa hasil survey menunjukkan salah satu faktor yang membuat rasa puas karena menggunakan layanan ojek *online* adalah informasi mengenai rute serta tarif yang jelas. Faktor lain yang mempengaruhi

customer satisfaction dalam menggunakan layanan ojek *online* adalah proses pemesanannya yang cukup mudah. Dari hasil survey tersebut dapat disimpulkan juga bahwa pengguna layanan ojek *online* cukup puas karena dengan adanya layanan ojek *online*, mempermudah mobilitas para penggunanya serta mempermudah kehidupan.

Dalam kajian ini, peneliti mengulas layanan transportasi *online* yang cukup diminati di masyarakat, seperti Gojek, Maxim, dan Indrive. Berdasarkan laporan *The State of Mobile 2024* yang dirilis oleh Data.ai, ada setidaknya lima aplikasi transportasi online yang paling sering diunduh di Indonesia selama periode 2022-2023, dan tiga teratas merupakan objek penelitian yang akan diteliti yaitu Gojek, Maxim, dan Indrive..



Gambar 1.3 Aplikasi Transportasi Online dengan Rerata Unduhan Terbanyak di Indonesia (2022-2023)

Sumber: Databoks

Gojek menduduki posisi teratas dengan rata-rata unduhan bulanan sebanyak 957 ribu unduhan dari pengguna *smartphone* Indonesia pada tahun 2023. Pada urutan kedua, Maxim mencatatkan rata-rata unduhan sebanyak 892 ribu pada tahun yang sama. Angka ini menunjukkan peningkatan sebesar 15,39% dari tahun sebelumnya, yang hanya mencapai 773 ribu unduhan per bulan. Di posisi ketiga, InDrive mencatat rata-rata unduhan sebanyak 321 ribu unduhan per bulan pada tahun 2023. Meskipun mengalami kenaikan sebesar 8,08% dari tahun sebelumnya, yang hanya mencapai 297 ribu per bulan.

Layanan ojek *online* tersebut memberlakukan skema bagi hasil bagi mitra *driver* taksi dan ojek *online* (ojol) dengan kisaran komisi antara 5% hingga 20%. Kementerian Perhubungan (Kemenhub) telah menetapkan batas komisi maksimal sebesar 20%. Ketiga layanan transportasi *online* ini telah memperoleh popularitas sebagai penyedia jasa transportasi *online* di Indonesia. Meskipun ketiga layanan ojek *online* tersebut sudah tidak asing ditelinga masyarakat Indonesia, masing-masing layanan transportasi *online* memiliki karakteristik unik dalam upaya meningkatkan kualitas layanan dan memenuhi kepuasan pengguna.

Tabel 1. 1 Data Perbandingan Layanan

No	Nama perusahaan	Layanan
1	Gojek	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harga sudah ditentukan oleh aplikasi 2. Driver ditentukan oleh aplikasi 3. Pembayaran tunai/non-tunai

		4. Jangkauan layanan hanya dalam kota dan sekitarnya
2	Maxim	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harga sudah ditentukan oleh aplikasi 2. Driver ditentukan oleh aplikasi 3. Pembayaran tunai 4. Jangkauan layanan hanya dalam kota dan sekitarnya
3	Indriver	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tarif dapat ditentukan melalui perundingan antara <i>driver</i> dan pengguna. 2. Driver bisa ditentukan sendiri sesuai keinginan pengguna 3. Pembayaran tunai 4. Jangkauan layanan bisa dalam kota dan luar kota

Sumber: Diolah oleh peneliti (2024)

DKI Jakarta dipilih sebagai wilayah penelitian karena sebagai pusat administrasi negara dan pusat bisnis terkemuka di Indonesia, kota ini menarik banyak perusahaan layanan ojek *online* untuk beroperasi di sini. Selain itu, DKI Jakarta merupakan provinsi dengan padat penduduk dengan jumlah lebih dari 10 juta jiwa berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Provinsi DKI Jakarta per-2023. Selain itu, dikutip melalui web resmi Badan Pengelola Transportasi Jabodetabek (bptj.dephub.go.id), ojek *online* atau ojol saat ini punya pengaruh cukup besar di sektor transportasi salah satunya di wilayah Jakarta. Bahkan

disadari atau tidak, ojek *online* telah memainkan peran signifikan dalam upaya integrasi moda transportasi di kawasan ini. Hal ini sejalan dengan studi yang dilakukan oleh Kamal (2021), yang menemukan bahwa frekuensi paling tinggi untuk menggunakan jasa ojek *online* adalah dengan tujuan perjalanan menuju fasilitas umum seperti bandara/stasiun/terminal atau simpul transportasi lainnya. Hal ini dapat disebabkan karena pengguna ojek *online* memilih moda tersebut sebagai *first mile* sehingga tidak membutuhkan biaya parkir atau operasional lainnya. Bagi Badan Pengelola Transportasi Jabodetabek (BPTJ), ojek *online* dapat menjadi alternatif angkutan pengumpan atau *feeder* yang saat ini keberadaannya masih belum memadai di seluruh wilayah Jabodetabek. Dalam keadaan ini, ojek *online* dapat menjadi bagian dalam sistem transportasi massal modern yang terintegrasi. Apalagi, ojek *online* dapat melayani kebutuhan perjalanan secara fleksibel dan dapat dijangkau secara real-time. Dalam kerangka kolaborasi tersebut, ojek *online* layak mendapat fasilitas integrasi berupa fasilitas pengangkutan penumpang di titik-titik transit angkutan umum. Tak hanya menguntungkan ojek *online*, fasilitas tersebut dapat meningkatkan penggunaan angkutan umum karena masyarakat akan lebih mudah berpindah moda untuk menuju tujuan akhirnya, dengan demikian perjalanan yang mulus dan tuntas tanpa kendaraan pribadi bisa dicapai.

Penelitian yang dilakukan sebelumnya oleh Tzavlopoulos *et al.*, (2019) menemukan bahwa *service quality* dan *perceived ease of use* mempunyai hubungan positif dan signifikan secara statistik dengan *customer satisfaction*. Sementara itu *perceived security* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *customer*

satisfaction. Sebaliknya, penelitian oleh Li *et al.*, (2021) menunjukkan bahwa *perceived security* merupakan faktor signifikan yang mempengaruhi *customer satisfaction*. Senada dengan penelitian oleh Tzavlopoulos *et al.*, (2019) sebelumnya, penelitian lain oleh Salameh *et al.*, (2018) juga menemukan bahwa *service quality* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction*.

Kemudian penelitian lain yang dilakukan oleh Fauzi (2018) menunjukkan bahwa variabel *service quality* dan *perceived security* secara positif mempengaruhi *customer satisfaction*. Namun Rama & Barusman (2019) menemukan bahwa *service quality* mempunyai pengaruh negatif dan tidak langsung terhadap *customer satisfaction*, sedangkan *perceived security* mempunyai pengaruh positif dan langsung terhadap *customer satisfaction*.

Dari hasil penelitian sebelumnya yang telah dibahas, teridentifikasi suatu kesenjangan penelitian, yaitu bahwa *customer satisfaction* terhadap suatu bisnis dapat mencapai tingkat yang memuaskan, tetapi sebaliknya, ada juga sebagian pengguna yang belum mencapai tingkat kepuasan tersebut. Penelitian ini difokuskan pada individu yang telah menggunakan layanan ojek *online* di Indonesia. Berdasarkan telaah dan kekurangan penelitian sebelumnya, penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki lebih lanjut faktor-faktor yang memengaruhi tingkat *customer satisfaction* terhadap layanan ojek *online*.

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan pembahasan masalah yang sudah dibahas, maka dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh positif dan signifikan *perceived security* terhadap *customer satisfaction* pada pengguna ojek online Gojek, Maxim, dan Indrive?
2. Apakah terdapat pengaruh positif dan signifikan *perceived ease of use* terhadap *customer satisfaction* pada pengguna ojek online Gojek, Maxim, dan Indrive?
3. Apakah terdapat pengaruh positif dan signifikan *service quality* terhadap *customer satisfaction* pada pengguna ojek online Gojek, Maxim, dan Indrive?
4. Apakah terdapat pengaruh positif dan signifikan *perceived security* terhadap *reuse intention* pada pengguna ojek online Gojek, Maxim, dan Indrive?
5. Apakah terdapat pengaruh positif dan signifikan *perceived ease of use* terhadap *reuse intention* pada pengguna ojek online Gojek, Maxim, dan Indrive?
6. Apakah terdapat pengaruh positif dan signifikan *service quality* terhadap *reuse intention* pada pengguna ojek online Gojek, Maxim, dan Indrive?
7. Apakah terdapat pengaruh positif dan signifikan *customer satisfaction* terhadap *reuse intention* pada pengguna ojek online Gojek, Maxim, dan Indrive?
8. Apakah terdapat pengaruh positif dan signifikan *perceived security* terhadap *reuse intention* melalui *customer satisfaction* pada pengguna ojek online Gojek, Maxim, dan Indrive?

9. Apakah terdapat pengaruh positif dan signifikan *perceived ease of use* terhadap *reuse intention* melalui *customer satisfaction* pada pengguna ojek online Gojek, Maxim, dan Indrive?
10. Apakah terdapat pengaruh positif dan signifikan *service quality* terhadap *reuse intention* melalui *customer satisfaction* pada pengguna ojek online Gojek, Maxim, dan Indrive?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan diadakannya penelitian ini adalah untuk mengkaji apakah terdapat:

1. Pengaruh positif dan signifikan *perceived security* terhadap *customer satisfaction* pada pengguna ojek online Gojek, Maxim, dan Indrive
2. Pengaruh positif dan signifikan *perceived ease of use* terhadap *customer satisfaction* pada pengguna ojek online Gojek, Maxim, dan Indrive
3. Pengaruh positif dan signifikan *service quality* terhadap *customer satisfaction* pada pengguna ojek online Gojek, Maxim, dan Indrive
4. Pengaruh positif dan signifikan *perceived security* terhadap *reuse intention* pada pengguna ojek online Gojek, Maxim, dan Indrive
5. Pengaruh positif dan signifikan *perceived ease of use* terhadap *reuse intention* pada pengguna ojek online Gojek, Maxim, dan Indrive
6. Pengaruh positif dan signifikan *service quality* terhadap *reuse intention* pada pengguna ojek online Gojek, Maxim, dan Indrive
7. Pengaruh positif dan signifikan *customer satisfaction* terhadap *reuse intention* pada pengguna ojek online Gojek, Maxim, dan Indrive

8. Pengaruh positif dan signifikan *perceived security* terhadap *reuse intention* melalui *customer satisfaction* pada pengguna ojek *online* Gojek, Maxim, dan Indrive?
9. Pengaruh positif dan signifikan *perceived ease of use* terhadap *reuse intention* melalui *customer satisfaction* pada pengguna ojek *online* Gojek, Maxim, dan Indrive?
10. Pengaruh positif dan signifikan *service quality* terhadap *reuse intention* melalui *customer satisfaction* pada pengguna ojek *online* Gojek, Maxim, dan Indrive?

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi berupa gagasan yang dapat memperkaya pengetahuan akademis bagi mahasiswa dan dosen, serta seluruh pihak yang terlibat dalam ekosistem ojek *online*, mulai dari pengguna, *driver*, hingga perusahaan penyelenggara.

2. Praktis

Secara praktis, diharapkan temuan dari penelitian ini dapat memberikan saran kepada pihak terkait untuk meningkatkan efisiensi sistem layanan ojek *online* di Indonesia, sehingga dapat lebih memuaskan pengguna.