

# BAB I

## PENDAHULUAN

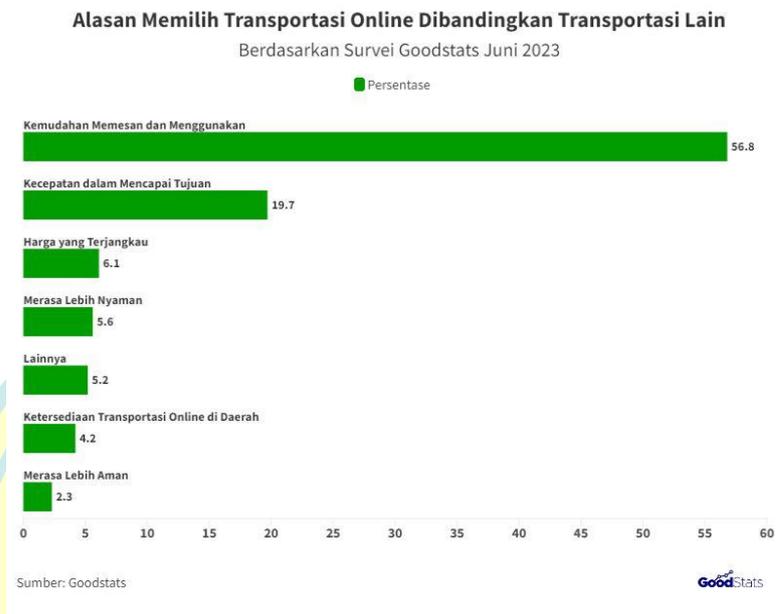
### A. Latar Belakang Penelitian

Pertumbuhan ekonomi yang semakin pesat di era saat ini, membuat banyak industri baru muncul. Era digital saat ini merupakan keadaan dimana teknologi menjadikan segala kegiatan menjadi lebih mudah. Segala aktivitas masyarakat sehari-hari sangat bermacam-macam, transportasi salah satu hal yang penting untuk mendukung dan membantu aktivitas masyarakat sehari-hari (Handoko, 2024). Adanya transportasi, memiliki manfaat yang berharga bagi kehidupan masyarakat untuk mempermudah berbagai kebutuhannya setiap hari.

Sejak dahulu, masyarakat sudah memanfaatkan moda transportasi untuk mengantarkan manusia serta barang dari satu lokasi ke lokasi lainnya. Dikalangan masyarakat, layanan transportasi memiliki manfaat dalam kehidupan sehari-hari. Khususnya di kota besar seperti DKI Jakarta. Dengan adanya kemajuan teknologi informasi, sektor transportasi mengalami perkembangan dengan pesat (Luwihono *et al.*, 2020). Kemajuan tersebut memberikan berbagai kemudahan, khususnya melalui layanan berbasis *online* yang dikelola oleh penyedia jasa (Lubis, 2023). Salah satunya adalah jasa layanan transportasi *online*.

Transportasi *online* adalah transportasi *modern* yang dikelola menggunakan internet dengan menghubungkan antara pengemudi dan konsumen (Ratnawati, 2024). Transportasi *online* saat ini menjadi pilihan baru untuk pengguna transportasi karena fasilitas yang ditawarkan oleh transportasi *online* sangat melimpah, seperti kemudahan, kenyamanan, dan keamanan (Amaliyah *et al.*, 2019). Selain itu, transportasi *online* bukan hanya sebatas alternatif kendaraan umum, tetapi bisa membantu masyarakat bergerak lebih

leluasa, terutama di tengah kesibukan dan kepadatan lalu lintas di kota-kota besar.



**Gambar 1. 1 Alasan Pengguna Memilih Transportasi Online**

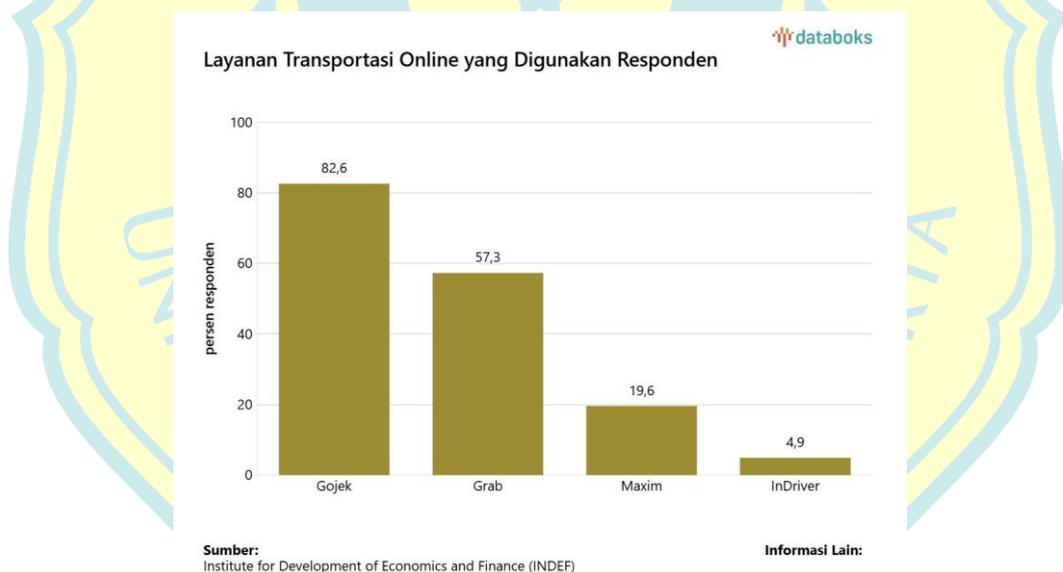
Sumber: Yonatan (2023)

Hal ini dibuktikan dengan survei yang dilakukan oleh *Goodstats.id* (2023), mendapatkan bahwa alasan nomor satu yang mendorong pengguna untuk memilih layanan transportasi *online* adalah kemudahan dalam proses pemesanan dan penggunaannya, didapatkan angka sebanyak 56,8% responden menyatakan hal tersebut sebagai faktor utama. Selain itu, alasan nomor dua yang juga cukup berpengaruh adalah kecepatan layanan dalam mencapai tujuan memperoleh angka 19,7% dari total responden dan di sisi lain, beberapa pengguna memilih transportasi *online* dengan alasan harga yang lebih ekonomis dan tingkat kenyamanan yang didapatkan lebih baik dibandingkan dengan transportasi lainnya.

Sejak awal kemunculannya di kota Jakarta pada tahun 2010, layanan transportasi *online* adalah solusi untuk mengatasi kemacetan dan memberikan kemudahan di kota Jakarta (Rustomo *et al.*, 2024). Keberhasilan layanan tersebut di kota Jakarta, memicu masuknya layanan transportasi *online* lainnya. Saat ini di Indonesia khususnya di kota besar seperti Jakarta, minat penggunaan

pada layanan transportasi *online* sangat tinggi, sehingga terjadi persaingan antara layanan transportasi *online*. Di Indonesia terdapat beberapa layanan jasa transportasi *online* diantaranya adalah Grab, Maxim, Gojek, dan *Indrive* (Femitje & Istikomah, 2024).

Banyaknya *platform* di Indonesia, tiap masing-masing *platform* memiliki fitur atau layanan khusus yang nantinya pengguna bisa memilih layanan sesuai dengan kebutuhannya. Misalnya, seperti layanan transportasi, layanan pengantaran makanan, serta layanan pengiriman barang (Gunawan, 2024). Hal ini memungkinkan para pengguna untuk memiliki kebebasan dalam memilih layanan yang sesuai dengan kebutuhan yang ingin digunakan, berdasarkan fitur dan kelebihan yang ditawarkan oleh masing-masing *platform* penyedia layanan jasa transportasi *online* yang diminati.



**Gambar 1. 4 Layanan Transportasi *Online* yang Banyak di Gunakan**

Sumber: Santika (2024)

Menurut survei yang sudah dilakukan oleh *Institute for Development of Economics, and Finance (INDEF)*, saat ini layanan jasa transportasi *online* Gojek merupakan *platform* yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia. Pada grafik, sebanyak 82,6% orang yang menjawab menggunakan aplikasi Gojek, dibandingkan dengan yang menggunakan layanan transportasi

*online* Grab, maxim, dan *indriner*. Konsumen menilai Gojek adalah *platform* yang paling memuaskan diantara *platform* yang lain karena memberikan rasa aman terbaik di kalangan konsumen.

Menurut Huda (2022), gojek menjadi layanan yang banyak digunakan walaupun para penggunanya memiliki aplikasi lainnya. PT Gojek adalah sebuah perusahaan teknologi berdiri pada tahun 2010, yang merupakan perusahaan pelopor dalam transportasi *online* di Indonesia serta penyedia layanan jasa transportasi *online* yang paling dominan digunakan di Indonesia. Perusahaan tersebut menawarkan layanan pada yang fungsional dan efisien bagi penggunanya.

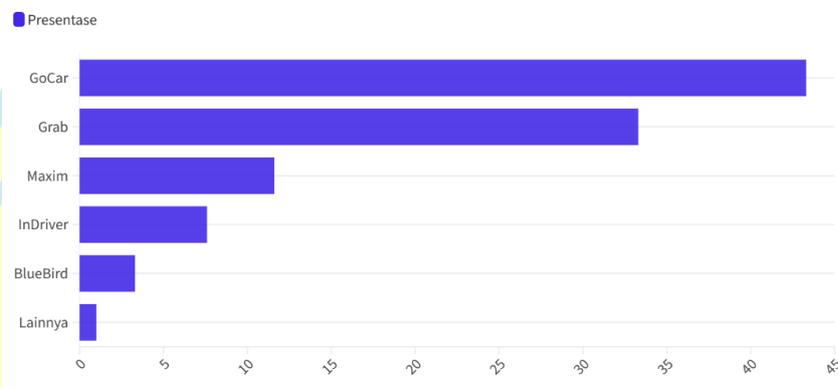
Di awal kemunculannya, gojek hanya memiliki sebuah layanan yang dikenal dengan Goride, yaitu layanan kendaraan roda dua berbasis *online* dengan fitur melacak keberadaan pengemudi melalui aplikasi dan dilengkapi dengan asuransi (Irfandi, 2020). Seiring berjalannya waktu, sampai saat ini Gojek sudah memiliki perkembangan pada layanannya, mulai dari layanan transportasi terdiri dari Goride yang merupakan layanan transportasi sepeda motor pada *platform* Gojek, Gocar adalah sebuah layanan transportasi dengan kendaraan roda empat untuk konsumen yang ingin berpergian dengan jumlah banyak (Safitra, 2023).

Didukung dengan layanan pendukung lainnya seperti pengiriman barang dan kebutuhan sehari-hari seperti gofood yang merupakan layanan pesan dan antar makanan berbasis *online* dengan beragam restoran, gosend merupakan layanan kurir pengiriman barang yang bisa dilakukan menggunakan motor atau mobil sesuai kebutuhan, gomart adalah layanan konsumen untuk berbelanja kebutuhan sehari-hari dengan beragam toko, gobox sebuah layanan yang melayani angkut barang dengan truk atau pick up dengan barang berukuran besar (Gunawan, 2024). Salah satu layanan transportasi Gojek yang banyak digunakan oleh konsumen selain Goride adalah Gocar. Fokus pada penelitian ini adalah layanan Gocar pada *platform* Gojek, sebuah layanan transportasi *online* dengan jumlah pengguna yang besar di Indonesia.

Layanan Gocar adalah jenis transportasi penumpang mengguna kendaraan roda empat berbasis *online* (Putra, 2019). Menurut situs web Gojek, layanan Gocar terbagi menjadi empat jenis, yang diantaranya terdiri dari Gocar Reguler, Gocar Hemat, Gocar XL, dan Gocar Comfort. Layanan-layanan tersebut ditujukan untuk memberikan kenyamanan dan keamanan bagi penggunanya. Dengan dimensi kendaraan yang lebih besar, hal itu memungkinkan pengguna untuk berpegian dengan jumlah banyak.

**Transportasi Online Mobil Pilihan Masyarakat Indonesia, 2023**

Sumber: GoodStats



**Gambar 1. 3 Transportasi *Online* Mobil Pilihan Masyarakat Indonesia**

Sumber: Rainer (2023)

Berdarkan hasil survei *GoodStats.Id* (2023), tentang transportasi *online* mobil pilihan masyarakat di indonesia. Berdasarkan grafik bahwa yang menjadi favorit masyarakat indonesia dalam menggunakan layanan jasa transportasi *online* mobil adalah layanan Gocar, 43,3% memilih layanan Gocar. Pada posisi kedua ditempatkan oleh Grab dengan perolehan 33,3%. Selanjutnya, diduduki oleh layanan maxim yang merupakan aplikasi penyedia layanan transportasi *online* sejak 2018 yang mendapatkan persentase sebanyak 11,6%. Setelah maxim, terdapat *indriver* yang merupakan aplikasi dari amerika serikat dengan angka 7,6%.

Banyaknya *platform* penyedia layanan transportasi *online* di Indonesia, perusahaan harus mempertimbangkan cara untuk meningkatkan minat pelanggan dengan meningkatkan kualitas. Sejak awal kemunculannya, gojek sudah melatih mitra *driver* yang sebagai *driver* Gocar dengan tujuan nantinya

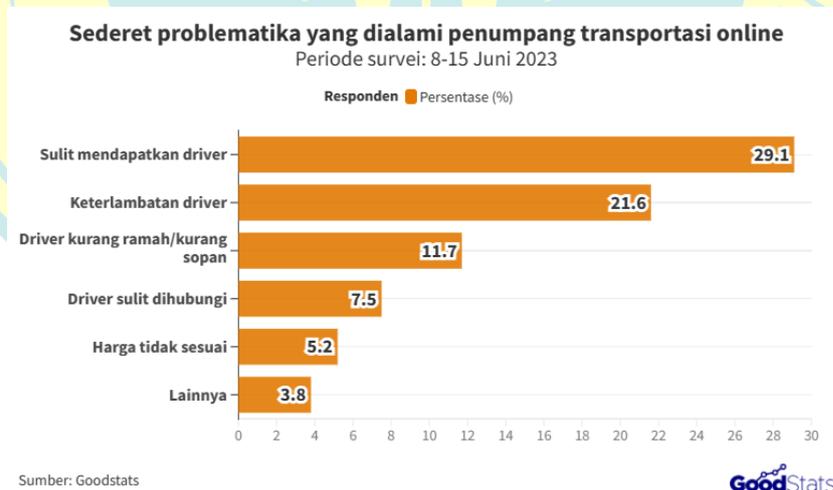
bisa memberikan kualitas layanan yang baik kepada konsumen. Pada pelatihan ini mengajarkan tentang pentingnya memberikan pelayanan yang baik (Iwan *et al.*, 2021). Tetapi, Menurut Sabilla (2024), pada kumaran.com, adanya persaingan tarif antara *platform* penyedia layanan transportasi *online*, banyak *platform* yang menawarkan tarif yang sangat rendah. Perang tarif ini berpengaruh terhadap para mitra driver yang mengalami penurunan pendapatan karena bayaran setiap pesannya yang turun, yang pada akhirnya berdampak pada penurunan kinerja dan mengakibatkan adanya penurunan kualitas yang diberikan pengemudi kepada konsumen.

Pada transportasi *online* kualitas layanan merupakan aspek penting dalam membangun kepuasan penumpang. Penelitian yang dilakukan Pangaribuan (2023), menyatakan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh besar dan positif dalam pembentukan kepuasan konsumen. Kualitas layanan yang buruk akan membuat hilangnya kepercayaan konsumen serta reputasi perusahaan yang menjadi rendah. Kualitas layanan adalah variabel yang paling utama dalam meningkatkan kepuasan konsumen (Hidayat, 2022). Kualitas layanan adalah seberapa baik suatu perusahaan dalam memberikan tindakan yang tidak berwujud tetapi bisa membuat konsumen merasa senang dan puas dengan apa yang diterima.

Kualitas layanan mempunyai peran penting dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen, studi yang dilakukan Megawati (2019), didapatkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dan ada nilai yang kuat antara kedua variabel tersebut. Dengan layanan yang berkualitas dan bisa memenuhi harapan konsumen, konsumen akan merasa puas dengan layanan yang mereka dapatkan. Dalam meningkatkan loyalitas tersebut, konsumen harus puas terhadap layanan yang mereka terima. Meningkatnya loyalitas konsumen dan kepuasan konsumen merupakan faktor dari kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan (Azis *et al.*, 2023). Dalam meningkatkan loyalitas tersebut, konsumen harus puas terhadap layanan yang mereka terima.

Kepuasan konsumen adalah sebuah penilaian tentang karakteristik atau kelebihan sebuah produk atau jasa yang memberikan kesenangan terhadap konsumen terkait dengan terpenuhinya kebutuhan konsumsi seorang konsumen (Kasinem, 2020). Saat ini kepuasan konsumen adalah salah satu kunci sukses sebuah perusahaan, karena konsumen yang puas nantinya akan menjadi konsumen yang loyal dan akan terjadi pembelian ulang terhadap barang atau jasa sehingga terjadi meningkatnya penjualan suatu produk atau jasa di suatu perusahaan (Supriyadi, 2021). Loyalitas konsumen akan tumbuh jika sebuah perusahaan memberikan kepuasan kepada konsumen dengan tingkat kepuasan yang tinggi. Adanya persaingan antar perusahaan menjadikan kepuasan konsumen sangat penting untuk di perhatikan (Fatihudin, 2020).

Ketatnya persaingan pada layanan transportasi *online*, masing-masing perusahaan penyedia layanan jasa transportasi *online* berlomba-lomba dalam memberikan kualitas layanan yang terbaik dengan tujuan untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Terlepas dari banyaknya pengguna yang menggunakan aplikasi transportasi *online*, masih terdapat perbedaan antara layanan yang diharapkan dengan yang terjadi sebenarnya (Haeriska, 2019).



**Gambar 1. 4 Problematika yang Dialami Penumpang Transportasi *Online***

Sumber: Naurah (2023)

Menurut Survei *Goodstats.Id* (2023), tentang perilaku masyarakat Indonesia saat menggunakan transportasi *online* yang didalamnya membahas

masalah umum yang dihadapi penumpang layanan transportasi *online*. Berdasarkan survei, hasilnya menunjukkan 29,1% mengeluh tentang sulitnya mendapatkan pengemudi saat menggunakan transportasi *online*. Terkait kendala keterlambatan sebesar 21,6%. Selanjutnya, berdasarkan grafik tentang *driver* kurang ramah atau kurang sopan mendapatkan persentase sebesar 11,7%. Kemudian, Sebagian mengeluhkan terkait *driver* yang sulit dihubungi 7,5% dan Harga tidak sesuai 5,2%.

Hasil survei tersebut menunjukkan bahwa meskipun transportasi *online* memberikan kemudahan bagi konsumennya, masih ada kekurangan pada kualitas layanan yang dirasakan oleh konsumen, seperti kesulitan mendapatkan pengemudi, keterlambatan, dan keluhan tentang sikap pengemudi. Ini juga berlaku untuk layanan Gocar, meski sudah populer di kalangan masyarakat Indonesia, masih sering ditemukan masalah yang serupa (Putra Jaya & Rahanatha, 2020).

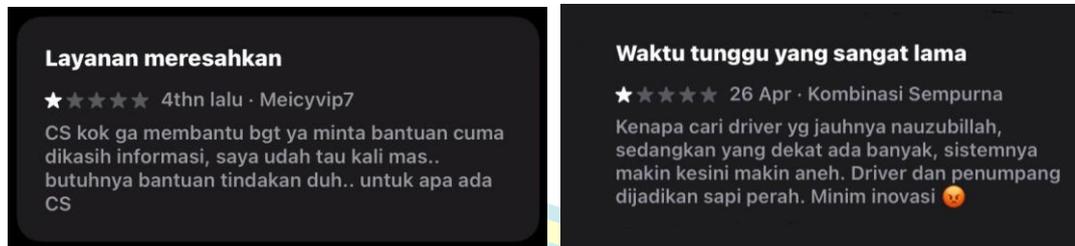


**Gambar 1. 5 Keluhan Konsumen Layanan Gocar**

Sumber: *App Store* (2024)

Keluhan yang diberikan oleh konsumen Gocar menunjukkan kualitas layanan yang mereka terima. Berdasarkan Gambar 1.5 di atas, peneliti menemukan masalah yang dimana konsumen mengeluhkan kondisi mobil yang buruk dan bau kendaraan yang tidak sedap, yang menunjukkan bahwa Gocar tidak memenuhi standar kelayakan. Dalam ulasan kedua, konsumen mengeluh

tentang sikap pengemudi yang tidak sopan dan tidak beretika, yang dianggap merugikan konsumen.



**Gambar 1. 6 Keluhan Konsumen Layanan Gocar**

Sumber: *App Store* (2025)

Selain itu, permasalahan lain dari layanan gocar adalah layanan *customer service* yang tidak responsif serta waktu tunggu kedatangan driver yang lama. Hal ini dibuktikan dengan keluhan konsumen berdasarkan gambar 1.6 yang dimana konsumen pertama mengeluhkan layanan *customer service* yang tidak membantu dalam menyelesaikan masalah, kemudian konsumen kedua menyampaikan keluhan terkait kedatangan *driver* atau armada gocar yang sangat lama.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Riyanto (2021), keluhan utama pengguna Gocar terkait dengan kualitas layanan diantaranya adalah kebersihan dan kondisi mobil, perlakuan pengemudi yang kurang ramah, kesulitan mendapatkan pengemudi, serta ketidaksesuaian titik jemput dengan lokasi konsumen. Sementara itu, menurut Erika (2023) pada *kompas.id*, bahwa layanan yang buruk, seperti menetapkan tarif tambahan di atas tarif resmi aplikasi tanpa adanya pemberitahuan, menyebabkan konsumen kecewa dan menurunnya kepercayaan konsumen terhadap layanan Gocar.

Diperkuat oleh penelitian Sopian (2019) di Palembang, menemukan masalah terkait kualitas layanan pada layanan Gocar yang diantaranya adalah ketidaksesuaian informasi pengemudi dan rute yang diambil, serta perlakuan pengemudi yang terkadang tidak ramah. Lalu, pada penelitian yang dilakukan Mahaputra (2023), didapatkan bahwa tingkat kepuasan konsumen pada kualitas layanan Gocar di kota Tangerang Selatan masih terbelang rendah, ditunjukkan

dengan semua indikator kualitas layanan belum bisa memenuhi harapan dari konsumen. Beberapa masalah ini menunjukkan bahwa layanan Gocar saat ini masih belum bisa dikatakan optimal.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti menyimpulkan bahwa kualitas layanan Gocar saat ini belum bisa sepenuhnya memenuhi harapan dari konsumen. Dalam penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis lebih mendalam tentang kualitas layanan transportasi *online* pada aplikasi Gojek khususnya layanan Gocar. Evaluasi terhadap layanan Gocar perlu dilakukan untuk mengidentifikasi berbagai hal yang menjadi kekurangan, sehingga nantinya bisa menjadi masukan bagi perusahaan penyedia layanan dalam meningkatkan kualitasnya. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk meneliti kualitas layanan dari Gocar pada *platform* Gojek melalui penelitian yang berjudul “**Analisis Kualitas Pelayanan pada Pengguna Jasa Transportasi Online Gocar**”

## **B. Pertanyaan Penelitian**

Hasil dari perumusan masalah adalah bagaimana tingkat kepuasan penumpang dan tingkat kinerja kualitas layanan transportasi *online* pada layanan Gocar berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan sebelumnya.

## **C. Tujuan Penelitian**

Dengan menggunakan metode *customer satisfaction index* dan *Servqual*, tujuan penelitian ini adalah untuk mengukur tingkat kepuasan penumpang dan tingkat kinerja kualitas layanan pada transportasi *online* Gocar, guna mengetahui item kualitas layanan pada transportasi *online* Gocar yang harus diperbaiki.

## **D. Manfaat Penelitian**

### 1) Manfaat Teoritis

Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi sumber referensi dan untuk menambah pemahaman tentang kualitas layanan dalam layanan digital seperti Gojek, khususnya pada layanan Gocar.

## 2) Manfaat Praktis

Secara praktis, diharapkan hasil dari penelitian ini bisa menjadi informasi tentang kualitas layanan dari layanan Gocar, lalu untuk bahan evaluasi bagi perusahaan Gojek dan membantu dalam memperbaiki serta mensosialisasi para mitranya untuk memberikan pelayanan yang baik, agar bisa lebih sesuai dengan yang di butuhkan para konsumen.

