

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

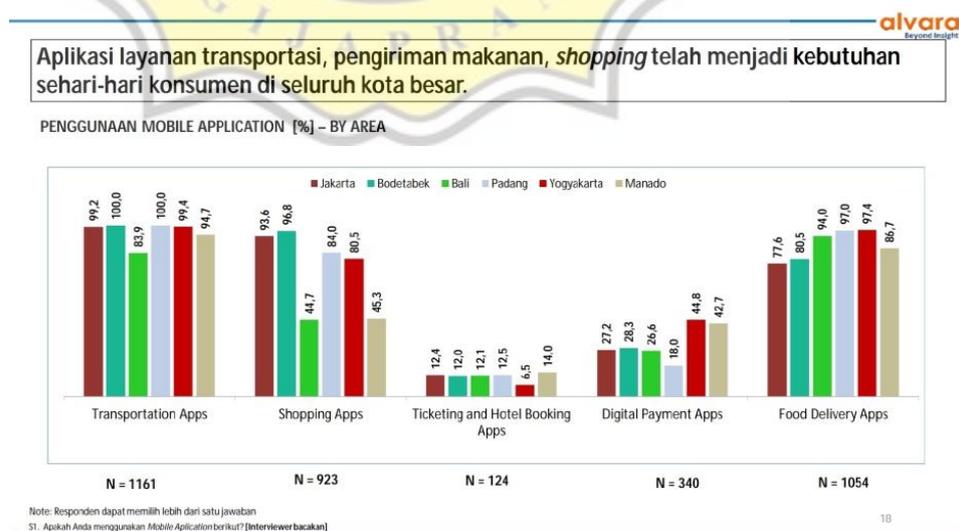
Memberikan kualitas pelayanan yang terbaik dan terpercaya merupakan faktor yang sangat penting dalam dunia bisnis, karena sangat berhubungan terhadap keberlangsungan suatu perusahaan. Pada buku Pemasaran Jasa Fatihudin dan Firmansyah (2019:210) mengatakan bahwa, “kualitas pelayanan menjadi sangat penting karena dapat meningkatkan keuntungan, sehingga terjalin hubungan yang baik antara perusahaan dengan pelanggan”. Oleh karena itu, apabila kualitas pelayanan yang diberikan buruk maka akan mengakibatkan kerugian bagi pelaku usaha.

Kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan memiliki hubungan yang saling berkaitan, menurut Fatihudin dan Firmansyah (2019:210) “Loyalitas pelanggan merupakan sikap di mana terdapat penilaian dan perasaan tentang suatu layanan, produk, hubungan, perusahaan, atau merek yang terkait dengan berlangsungnya pembelian berulang”. Dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan yang baik menjadi faktor utama yang harus dilakukan oleh pelaku usaha, baik yang bergerak di bidang barang maupun jasa agar dapat mempertahankan loyalitas pelanggan.

Untuk mewujudkan keinginan konsumen yang semakin besar pengusaha berlomba-lomba memberikan kualitas pelayanan yang terbaik, agar dapat mempertahankan loyalitas pelanggan. Dalam penelitian ini penulis membahas mengenai usaha yang bergerak di bidang jasa yaitu transportasi. Pelaku usaha yang bergerak di bidang transportasi bersaing memenuhi apa yang menjadi permintaan dan kebutuhan pelanggannya, dengan mempermudah kegiatan mereka sehari-hari. Namun, masih ada para pelanggan yang merasa tidak puas dengan pelayanan yang diberikan.

Transportasi konvensional merupakan sarana transportasi yang digunakan sehari-hari oleh masyarakat. Calon penumpang yang akan menggunakan transportasi ini harus mendatangi supir tersebut, serta adanya keterbatasan dari fungsi penggunaannya. Perbedaan dengan transportasi *online* yaitu terdapat tawaran kemudahan bagi calon penggunaannya. Kemudahan yang diberikan yaitu kita dapat melakukan pemesanan ojek maupun taksi tanpa perlu mendatangi, akan tetapi mereka yang akan mendatangi kita dan memberikan kabar bahwa mereka telah sampai sesuai dengan posisi di mana kita berada. Pada akhirnya kehadiran transportasi *online* menjadi solusi bagi para pelanggan.

Kehadiran transportasi *online* tentu saja didukung dengan kemajuan teknologi komunikasi, yang menawarkan bermacam-macam kemudahan layanan. Kita hanya perlu mengunduh sebuah aplikasi digital yang tersedia di *smartphone*, setelah terunduh dan mengikuti prosedur penggunaan maka layanan tersebut dapat langsung digunakan. Pelanggan tidak hanya sekedar menggunakan layanan ojek ataupun taksi *online* saja, tetapi juga dapat menikmati fasilitas layanan pengiriman barang, makanan, hingga memenuhi keperluan rumah tangga, kecantikan, dan masih banyak lagi.



Gambar 1.1 Grafik Pengguna Aplikasi *E-Commerce* 2019

*Sumber Jurnal Penelitian Alvara Strategic Reserch*

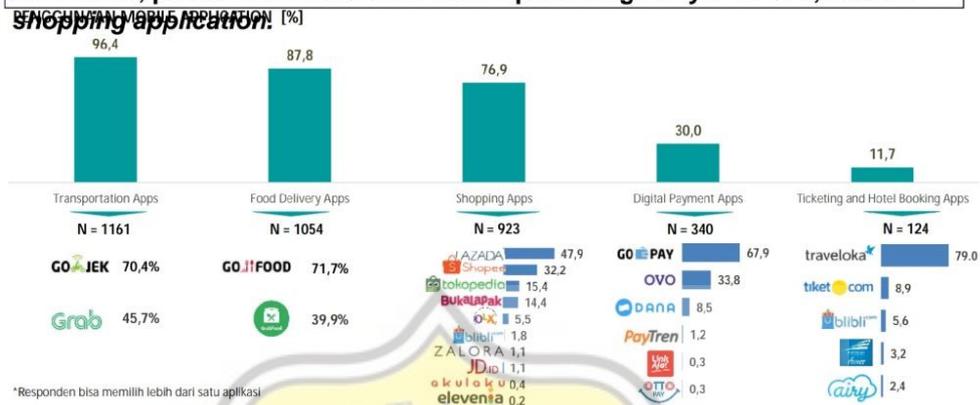
Pada gambar 1.1 Grafik Pengguna Aplikasi *E-Commerce* 2019, merupakan hasil uji pengguna layanan aplikasi *E-Commerce* 2019 yang dilakukan oleh “*Alvara Strategic Reserch*”. Dari data tersebut pada *transportation apps* menunjukkan grafik yang paling banyak peminatnya untuk digunakan, dengan persentase yang menunjukkan angka 83,9% – 100,0%. Pengujian tersebut dilakukan di lima kota besar yaitu Jakarta, Bali, Padang, Yogyakarta, dan Manado.

Dari data di atas terlihat bahwa, usaha yang bergerak di bidang jasa transportasi *online* ini sangat dibutuhkan bagi setiap orang untuk memperlancar kegiatan mereka setiap harinya baik bersekolah, bekerja, maupun melakukan aktifitas lainnya. Banyaknya penggunaan jasa layanan transportasi *online* tersebut dikarenakan berbagai kemudahan yang ditawarkan oleh layanan jasa ini. Semua itu dapat dirasakan karena perkembangan teknologi komunikasi yang luar biasa.

Gojek merupakan sebuah perusahaan teknologi asal Indonesia yang melayani jasa transportasi *online* yaitu ojek *online*. Perusahaan ini didirikan pada tahun 2010 di Jakarta oleh Nadiem Makarim (Gojek: “Profil Gojek”, 2020). Kita dapat menggunakan layanan Gojek ini dengan mengunduh aplikasi yang tersedia di *smartphone*.

Awal mulanya Gojek hanya menyediakan tiga layanan saja yaitu GoRide merupakan layanan ojek *online*, GoSend merupakan layanan pengiriman yang disediakan untuk pengiriman dalam satu kota, dan GoMart adalah layanan belanja *online* di *minimarket* maupun *supermarket*. Tidak hanya berhenti sampai itu saja, dalam menjalankan usahanya Gojek terus menjalankan komitmennya dan mengembangkan berbagai fasilitas pelayanan untuk mempertahankan loyalitas pelanggannya. Kini mereka telah memiliki lebih dari dua puluh layanan yang siap menjadi solusi bagi para pengguna aplikasi ini (Gojek: “Profil Gojek”, 2021).

Penetrasi pengguna *mobile application* terbesar yaitu pada aplikasi *transportation, food delivery apps, dan shopping*. Di sektor aplikasi e-commerce, perusahaan Indonesia memimpin di negaranya sendiri, kecuali *shopping application*.



Gambar 1.2 Diagram Pengguna Aplikasi E-Commerce 2019  
Sumber Jurnal Penelitian Alvara Strategic Reserch

Lembaga riset “Alvara Strategic Reserch” melakukan pengujian pengguna aplikasi *online* yang salah satunya adalah Gojek. Perusahaan ini berhasil mendapatkan hati para penggunanya melalui komitmen dan kerja kerasnya. Berdasarkan pada gambar 1.2 Diagram Pengguna Aplikasi E-Commerce 2019, memperlihatkan bahwa Gojek memperoleh persentase yang tinggi dibanding dengan pesaingnya yaitu 70,4%, serta mereka juga berhasil mendapatkan persentase 71,1% pada jasa layanan pesan antara makanan yaitu GoFood, dan juga 67,9% pada jasa layanan pembayaran non-tunai yaitu GoPay.

Kepercayaan yang diberikan para pelanggan menjadi faktor keberhasilan Gojek dalam menjalankan bisnisnya. Keberhasilan tersebut juga tidak luput dari kerja keras yang mereka lakukan selama ini, mereka telah berusaha memberikan pelayanan yang terbaik demi kepuasan pelanggannya (PressRelease.id:“Awali 2020, Gojek Tetap Terdepan”, 2020). Semua itu dibuktikan dengan penghargaan yang mereka dapat, salah satunya melalui ajang penghargaan terbesar yaitu *Top Brand Award*.

### JASA TRANSPORTASI ONLINE

BRAND	TBI 2019	
Gojek	44.6%	TOP
Grab	43.1%	TOP

Gambar 1.3 *Top Brand Index* Jasa Transportasi *Online* 2019  
*Sumber Top Brand Award*

### JASA TRANSPORTASI ONLINE

BRAND	TBI 2020	
Gojek	47.3%	TOP
Grab	43.5%	TOP

Gambar 1.4 *Top Brand Index* Jasa Transportasi *Online* 2020  
*Sumber Top Brand Award*

Di ajang penghargaan *Top Brand Award*, Gojek merupakan salah satu *brand* yang masuk dalam kategori Jasa Transportasi *Online*. seperti yang dapat kita lihat pada gambar 1.3 *Top Brand Index* Jasa Transportasi *Online* 2019 dan 1.4 *Top Brand Index* Jasa Transportasi *Online* 2020, Gojek berhasil memperoleh persentase yang tinggi pada tahun 2019 dan 2020. Pada tahun 2019 mereka berhasil memperoleh 44,6%, sedangkan pada tahun 2020 mereka mengalami peningkatan yang signifikan yaitu menjadi 47,3%.

Seperti yang kita ketahui, bahwa saat ini dunia sedang dilanda musibah karena *Covid-19*. Pada awal tahun 2020 sampai saat ini, seluruh dunia termasuk di Indonesia sedang menghadapi pandemi akibat wabah penyakit *Covid-19* yang disebabkan oleh *Coronavirus*. Berdasarkan informasi pada laman Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, mengatakan bahwa virus ini merupakan penyakit yang menyerang

pernafasan. Penyakit ini jika sudah parah akan terdapat bercak pada paru-paru yang dapat menimbulkan kematian, sehingga membuat masyarakat sangat ketakutan.

Pemerintah dalam masa pandemi ini menghimbau seluruh rakyat Indonesia harus menjalani Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB), yaitu dengan menjaga jarak antara satu orang dengan orang yang lainnya paling tidak dua meter agar tidak terpapar *Covid-19* (Kemenkes: "*Pedoman Pembatasan Sosial Berskala Besar Dalam Rangka Percepatan Penanganan Corona Viruse Disease 2019 (Covid-19)*", 2020). Pemerintah menerapkan *lockdown* dengan menetapkan pembatasan kegiatan di luar rumah atau yang disebut dengan *Work From Home (WFH)*, karena pelaksanaan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) tidak berjalan maksimal sehingga korban *Covid-19* masih dalam jumlah yang besar.

Pada pertengahan tahun 2020 pemerintah menetapkan Indonesia memasuki tahap *New Normal*, dengan menghimbau masyarakat untuk menjalankan protokol kesehatan dan memberlakukan jaga jarak. Hal tersebut diwujudkan dengan ketika keluar dari rumah atau hendak berpergian masyarakat diminta untuk menggunakan masker, mereka juga diminta untuk tidak lupa menggunakan *hand sanitizer*, membawa alat makan pribadi, tidak lupa untuk mencuci tangan dan diukur suhu tubuh sebelum memasuki pusat perbelanjaan atau tempat umum lainnya, dan memberlakukan pemberian tanda silang pada meja-kursi dan memberi garis batas untuk memberlakukan jaga jarak (Kemenkes: "*Menkes Terbitkan Protokol Kesehatan di Tempat Umum*", 2020).



Gambar 1.5 Iklan Gojek “Cara Aman Hidup Nyaman Pakai Gojek”  
*Sumber Youtube Gojek Indonesia*

Gojek juga turut serta menjaga dan mematuhi protokol kesehatan. Gambar di atas merupakan salah satu dari iklan yang diproduksi oleh Gojek. Dalam upaya untuk turut serta menjaga dan menjalankan protokol kesehatan, pada iklan tersebut terlihat bahwa mereka mengajak kita untuk tetap merasa aman dan nyaman dalam menghadapi masa *New Normal*. Melalui *tagline* “Cara Aman Hidup Nyaman Pakai Gojek”, mereka mengajak kita untuk mematuhi protokol Gojek J3K yang berarti Jaga Kesehatan Kebersihan dan Keamanan. Slogan tersebut bertujuan untuk mempermudah masyarakat agar selalu menjaga kesehatan dan kebersihan, serta akan membuat masyarakat lebih mudah mengingat *brand* Gojek.

Melalui iklan yang terdapat pada gambar 1.5 Gojek mengupayakan agar tidak terjadi kontak langsung, yaitu dengan memberikan pesan singkat otomatis “tolong taruh di pagar/pintu, kabari kalo udah ya”, kemudian untuk bungkus plastik makanan diberi kabel pengikat khusus, memberikan plastik sekat pelindung ketika menggunakan layanan GoCar dan GoRide, dan mereka juga menyarankan untuk melakukan pembayaran non-tunai.



Gambar 1.6 Melakukan Protokol J3K pada Driver Gojek  
Sumber Website Gojek

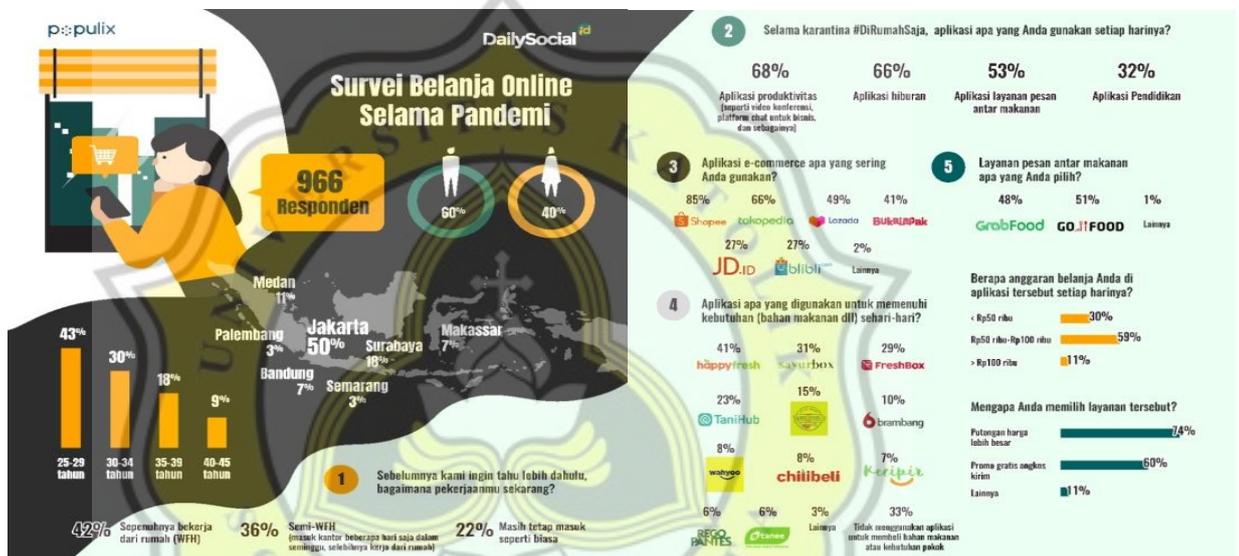


Gambar 1.7 Tampilan Ketika Memesan GoRide/GoCar  
Sumber Youtube Gojek Indonesia

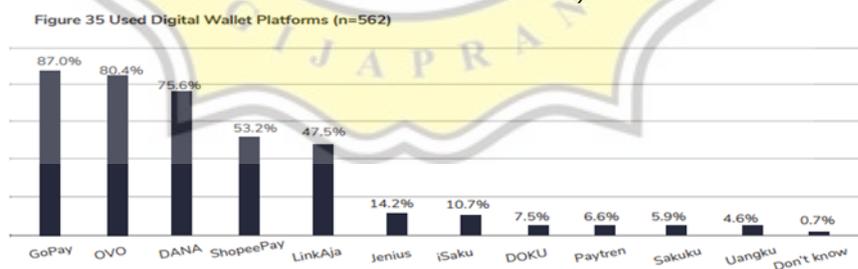
Gojek memberlakukan protokol J3K tidak hanya bagi para pelanggan saja, tetapi juga bagi para *driver*. Pada gambar 1.6 memperlihatkan bahwa sebelum para *driver* mengambil pesanan yang masuk pada aplikasi, mereka juga dilakukan pengukuran suhu tubuh dan pemberlakuan protokol kesehatan yang lain. Ketika mereka telah dilakukan pengecekan penerapan protokol J3K, maka saat kita melakukan pemesanan pada aplikasi akan muncul pemberitahuan seperti yang tertera pada gambar 1.7. Dalam pemberitahuan tersebut menginformasikan bahwa *driver* sudah diuji kesehatan, keamanan, dan kebersihan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Pandemi *Covid-19* sangat berdampak pada segala aspek kehidupan manusia, baik dari segi ekonomi hingga budaya. Sebelum pandemi manusia dapat melakukan segala aktivitas di luar rumah dengan leluasa, akan tetapi setelah adanya kebijakan protokol kesehatan segala aktivitas menjadi terbatas dan tidak sedikit masyarakat

yang memilih untuk tidak berpergian kemana-mana. Dikutip dari detikFinance, pandemi membuat perubahan pada pola konsumsi masyarakat karena adanya penyesuaian dengan kebijakan PSBB. Melalui perubahan tersebut, penggunaan layanan digital menjadi pilihan bagi masyarakat selama pandemi. Untuk menangani permasalahan tersebut, akhirnya banyak perusahaan yang pada akhirnya beralih dari ritel ke toko *online*.



Gambar 1.8 Survei Belanja Online Selama Pandemi  
Sumber DailySocial.id



Gambar 1.9 Grafik Penggunaan E-Wallet Platforms  
Sumber Fintech Report 2020 by DS Research and CIMB Niaga

Ketika dilakukan survei pada layanan aplikasi *online* selama masa pandemi, Gojek merupakan salah satu layanan *online* yang diminati oleh masyarakat. Berdasarkan pada gambar 1.8 dan 1.9 yaitu survei dari DailySocial.id dan DS Research and CIMB Niaga, selama pandemi ini terdapat dua layanan Gojek yang diminati yaitu

GoFood dan GoPay. GoFood sangat diminati sebagai layanan pesan antar dengan memperoleh 51% dan GoPay yang merupakan aplikasi pembayaran non-tunai (*e-money*) mendapat 87%.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas mengenai kualitas pelayanan yang diberikan Gojek kepada pelanggannya, penulis ingin mengetahui sikap loyal yang dimiliki oleh pelanggan terhadap jasa layanan mereka selama masa pandemi. Maka, penulis akan melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Gojek terhadap Loyalitas Pelanggan di Masa Pandemi”.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan fenomena yang terdapat pada latar belakang, maka pertanyaan dalam penelitian ini adalah “Apakah kualitas pelayanan yang diberikan Gojek di masa pandemi mempengaruhi loyalitas pelanggan?”

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mengukur pengaruh dari kualitas pelayanan Gojek di masa pandemi memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

## **1.4. Kegunaan Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi beberapa pihak, yaitu :

### **a. Kegunaan Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan untuk penelitian selanjutnya dalam pengembangan ilmu komunikasi yang tertarik untuk meneliti kualitas pelayanan Gojek di masa pandemi.

### **b. Kegunaan Praktis**

Diharapkan penelitian ini dapat memberi masukan kepada Gojek dalam memberikan pelayanan pada pelanggan dan dapat memperbaiki kualitas pelayanan yang telah diberikan selama ini. Gojek juga dapat mengetahui loyalitas dari pelanggannya, terutama di masa pandemi.

## 1.5. Lokasi dan Tatakala Penelitian

### 1.5.1. Lokasi

Penulis melakukan penelitian di Kota Semarang pada tanggal 12 Juni 2021 sampai 14 Juni 2021. Penelitian dilakukan dengan membagikan *Google Form* melalui media sosial (WhatsApp, Instagram, dan lain-lain).

### 1.5.2. Tatakala Penelitian

Tabel 1. 1 Tatakala Penelitian

NO	NAMA	2020												2021																																							
		Sept				Okt				Nov				Des				Jan				Feb				Maret				April				Mei				Juni				Juli				Agust				Sept			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4								
1	Penentuan Topik																																																				
2	Penyusun Proposal																																																				
3	Seminar Proposal																																																				
4	Pengumpulan Data																																																				
5	Analisis Data																																																				
6	Penyusunan Laporan																																																				
7	Ujian Skripsi																																																				

Sumber: Olahan Penulis

## 1.6. Sistematika Penulisan Laporan

Sistematika penulisan diperlukan untuk memperjelas dan memahami isi penelitian ini. Sistematika penulisan dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut :

BAB I, berisi pendahuluan yang terdiri atas latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, lokasi dan tatakala penelitian, dan sistematika penulisan laporan.

BAB II, berisi tinjauan pustaka yang terdiri atas kualitas pelayanan, dimensi kualitas pelayanan, loyalitas pelanggan, indikator loyalitas pelanggan, penelitian terdahulu, dan kerangka penelitian.

BAB III, berisi metode penelitian yang terdiri atas jenis dan metode penelitian, populasi, teknik *sampling*, *sampel*, operasional konsep, hipotesis, teknik penggunaan data, teknik validitas dan reliabilitas, dan teknik analisis data.

BAB IV, berisi hasil dan pembahasan.

BAB V, berisi kesimpulan dan saran penelitian.

