

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Profil Perusahaan

K-Jek merupakan satu satunya jasa transportasi atau penyedia layanan ojek online pertama di Kabupaten Karangasem. K-Jek ini didirikan oleh Ida Bagus Putu Budiantara, Beliau merupakan salah satu *driver* K-Jek. Beliau membuat K-Jek ini berdasarkan pengalaman beliau yang setiap harinya melihat kebutuhan pasar di kabupaten Karangasem. Beliau ingin membuat sebuah layanan berupa jasa dan ingin membantu masyarakat yang terkena PHK melalui K-jek ini. Beliau sangat memegang prinsip kenyamanan baik dalam perusahaan, mitra, anggota hingga pelanggan. Dengan pengalaman beliaulah K-Jek ini muncul di Kabupaten Karangasem. K-jek sendiri berasal dari singkatan K yang artinya Karangasem dan Jek artinya ojek. K-Jek ini beralamat di Geria Teges Tukad Pati, Kabupaten Karangasem Bali, K-Jek mulai beroperasi di Kabupaten Karangasem sejak 17 Juni 2019 lalu. Sejak itu, bisnis yang berprinsip tumbuh bersama para *driver* nya itu, makin dikenal masyarakat Kabupaten Karangasem.

Tujuannya, pemilihan nama K-Jek ini adalah karena Karangasem merupakan wilayah yang berkembang dan belum ada jasa transportasi, selain itu masyarakat di Kabupaten Karangasem juga sangat membutuhkan jasa yang dapat membantu mereka ketika mendesak. Oleh karena itu, K-Jek dibuat dan memegang teguh kenyamanan pelanggan. Sehingga, K-jek ingin setiap pengguna jasa K-Jek bisa merasa lebih dekat dan nyaman dengan fasilitas yang diberikan. Saat ini, K-Jek sudah bermitra dengan belasan pengendara ojek lokal guna menyediakan layanan ojek *online* terpercaya dengan tarif terjangkau. K-Jek menyediakan beragam layanan yang akan membantu keseharian seperti jasa transportasi, pengiriman barang hingga pesan antar makanan.

K-Jek sendiri memiliki aplikasi terbaru, dalam aplikasi itu pengguna K-jek bisa memilih makanan yang diinginkan. Tak hanya itu, K-Jek juga melayani masyarakat yang memesan lewat Whatsapp, mereka juga dapat memesan dan memilih sopir perempuan dan laki-laki bisa, dan kendaraan sesuai dengan

kebutuhan pengguna kjek soalnya jenis motor, demi kenyamanan user K-Jek. K-Jek sekarang ini tidak hanya menyajikan jasa transportasi ojek saja, Tetapi juga taksi, jasa mengantar pesanan makanan, dan rental mobil. Semuanya ditampilkan dalam aplikasi dan user K-Jek tinggal meng-klik dan melanjutkan sesuai dengan keinginan user masing-masing. K-Jek memiliki sekitar 15 *driver* dengan jumlah *driver* wanita 1 orang. tak hanya itu, K-Jek juga menyediakan *driver* rental mobil dan juga bekerja sama dengan perusahaan rental mobil. Untuk K-Jek yang menggunakan jaket berwarna putih, hitam dan merah ini, sudah memiliki *jobdescsnya* masing masing. Perusahaan telah menargetkan jumlah orderan tiap *drivernya*.

Tak hanya itu, perusahaan juga menerapkan *system shift* untuk seluruh *driver*. Hal tersebut dilakukan agar setiap *driver* memiliki pendapatan yang sama. Dalam pemilihan *driver*, K-Jek melakukan recruitment yang dimana syarat dan ketentuannya yaitu :

1. *Driver* harus memiliki kelengkapan kendaraan
2. *Driver* memiliki SIM A dan C, Minimal C
3. *Driver* memiliki Ijazah
4. *Driver* memiliki Kendaraan
5. *Driver* memiliki Handphone

Minimal 5 syarat tersebut terpenuhi untuk dapat menjadi anggota dari K-Jek. Saat ini K-Jek sudah bekerjasama dengan Link Aja untuk proses pembayarannya. K-Jek juga bermitra dengan seluruh warung makan di Kabupaten Karangasem. Dalam sistem layanannya, Ongkir dalam aplikasi sudah berdasarkan jarak yang dituju. Dimana, dalam penggunaan kendaraan 1 Kilometer pertama sudah ditarif dengan biaya Rp 7000,-, untuk tambahan kilo meter selanjutnya akan ditambah Rp 3000,- setiap penambahan 1 kilo meter. Sedangkan pengiriman barang atau makanan keluar kota, K-Jek menghitung berdasarkan lokasi, seperti dari Karangasem ke Denpasar dikenakan tarif sebesar Rp 60.000,-. Aplikasi K-Jek saat ini hanya *support by* android untuk proses pemesanan, Namun, K-Jek tentu akan terus melakukan pembaharuan dengan membuat desain dan rencana untuk membuat aplikasi *support by* IOS

agar memudahkan para pelanggannya dalam menggunakan layanan ojek *online* K-Jek. Dengan aplikasi android K-jek, pelanggan dapat melakukan pemesanan layanan ojek online langsung dari smartphone android dengan sangat mudah. Saat ini *user* yang telah mengunduh K-Jek berjumlah 8000 orang. Kedepannya K-Jek akan terus melakukan inovasi baru untuk membuat sebuah pembaharuan bagi Kabupaten Karangasem. K-Jek memiliki peran penting bagi kemajuan wilayah Kabupaten Karangasem.

### 1.1.1 Logo K-Jek



**Gambar 1.1 Logo K-JEK**

Logo K-jek ini memiliki arti bahwa K-Jek memiliki 3 warna yaitu hitam, merah dan putih yang dimana dalam kepercayaan bali ada namanya TRIDATU yakni Tiga Kekuatan. Secara Literal, Tiga kekuatan tersebut merupakan entitas utama yang ada dalam agama Hindu, yakni Tri Murti (Dewa Brahma, Dewa Siwa, serta Dewa Wisnu). Ketiga entitas tersebut diwakili oleh tiga warna pada gelang, yakni merah, hitam, dan putih. Merah yang artinya keberanian, Hitam yang artinya Kekuatan, dan Putih artinya Ketulusan. Jadi K-Jek ini berdiri dengan kekuatan yang

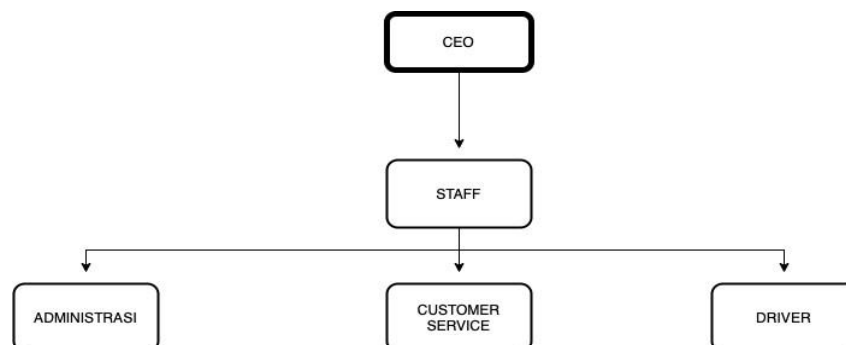
penuh bersinergi untuk terus maju ke depan menembus segala tantangan dan rintangan. Tak hanya itu, K-Jek berani menghadapi era globalisasi seperti sekarang dengan banyaknya perubahan dan perkembangan teknologi serta banyaknya pesaing muncul, K-Jek akan terus melakukan pelayanan yang terbaik dan harus berani dalam segala risiko dan yang terakhir adalah ketulusan, Ketulusan merupakan salah satu prinsip dari K-Jek, K-Jek akan terus melakukan pelayanan dengan tulus dan siap membantu seluruh masyarakat. Lalu bentuk lingkaran tersebut memiliki makna bahwa K-Jek akan terus berputar dan terus melakukan layanan tanpa adanya hambatan. Sedangkan huruf K tersebut merupakan huruf depan dari Karangasem.

### 1.1.2 Tagline Perusahaan

Saat ini K-Jek masih berdiri sendiri dengan sistem perusahaan yang sederhana. K-Jek tidak menggunakan Visi Misi dalam pengembangan perusahaannya, tetapi K-Jek menggunakan tagline yaitu Cintai Semua dan Layani Semua. Artinya K-Jek siap melayani seluruh masyarakat tanpa membedakan suku, ras, agama, dan lain sebagainya. K-Jek selalu siap melayani siapapun dengan kondisi. K-Jek akan selalu mencintai seluruh pelanggannya dengan senyuman, candaan dan sapaan.

### 1.1.3 Struktur Organisasi

Saat ini K-Jek masih menggunakan struktur organisasi yang sederhana yaitu struktur organisasi yang hanya meliputi CEO, Staff yaitu Administrasi, Customer Service dan juga Driver (Anggota)



## Gambar 2.1 Struktur Organisasi Perusahaan K-Jek

Berdasarkan struktur organisasi pada gambar diatas, berikut merupakan uraian tugas PT KJEK:

### A. CEO

Memimpin dan mengelola perusahaan untuk mencapai tujuan dan sasaran-sasaran perusahaan yang ditetapkan bersama-sama.

### B. STAFF

#### a. Administrasi

Mengelola perusahaan dalam proses data administrasi perusahaan untuk melancarkan sistem tata kelola perusahaan

#### b. *Customer Service*

Mengelola perusahaan dalam proses layanan *customer* baik dalam pemesanan melalui sms ataupun aplikasi

#### c. *Driver*

Mengelola perusahaan dalam proses jasa kepada *customer* baik dalam proses antar jemput, pemesanan hingga charter

## 1.2 Latar Belakang Penelitian

Tingkat kepadatan penduduk di Indonesia kini semakin meningkat, hal ini memberikan dampak yang sangat besar bagi tingkat kemacetan di jalan raya karena menumpuknya jumlah konsumsi masyarakat terhadap alat transportasi sehingga kendaraan melebihi kapasitas yang sudah tersedia di jalan. Kemacetan merupakan salah satu masalah yang ditimbulkan oleh kepadatan penduduk dan belum bisa dipecahkan oleh beberapa kota di Indonesia. Oleh karena itu, peningkatan armada jasa transportasi merupakan salah satu solusi bagi kemacetan yang diterapkan oleh pemerintah. Salah satunya adalah jasa transportasi darat. Jasa transportasi darat ini dirasa sangat penting sekali, khususnya jasa transportasi yang murah, nyaman, dan aman yang diinginkan oleh masyarakat saat ini. Salah satu bisnis yang sedang berkembang saat ini adalah bisnis jasa transportasi dengan sepeda motor atau yang dulu biasa disebut dengan ojek. Sekarang jasa transportasi ini dikenal dengan istilah

baru yaitu ojek *online*, jika dahulu ojek dikelola secara konvensional dan kepemilikan tunggal, sekarang muncul bisnis baru ojek *online* yaitu suatu usaha komersial, yang menyediakan jasa transportasi bagi umum dan dikelola secara profesional.

Perkembangan bisnis transportasi dan logistik di Indonesia memberikan kontribusi juga bagi pendapatan negara. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS), kontribusi lapangan usaha transportasi dan pergudangan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) tahun 2018 tercatat sebesar RP797,3 triliun atau 5,37% dari PDB yang bernilai RP14.837,36 triliun. Maraknya bisnis *online* ini terjadi karena kemajuan zaman dan teknologi, di Indonesia sendiri ojek *online* sudah menjadi perbincangan di kalangan masyarakat dengan Go-jek sebagai pelopor pertama bisnis transportasi online ini yang didirikan pada tahun 2010 oleh Nadiem Makarim, bahkan Go-jek ini telah merambah ke seluruh wilayah di Indonesia. Beberapa jasa transportasi online yang cukup banyak dikenal masyarakat dari data top brand index sebagai berikut:

**Tabel 1.0.1**  
**Data Top Brand Index (TBI) Jasa Transportasi Online (2019)**

JASA TRANSPORTASI ONLINE 2021			
No	Merek	TBI (top Brand Index)	TOP <i>(Top Of Payment)</i>
1	GO-JEK	53,0%	TOP
2	GRAB	39,7%	TOP

Sumber : [www.topbrand-award.com](http://www.topbrand-award.com)

Kesimpulan data TBI (Top Brand Index) merk jasa transportasi online yang tertinggi adalah merk Go-Jek sebesar 53,0%. Semakin tinggi nilai persentase TBI-nya maka brand akan semakin kuat. Posisi kedua adalah merk Grab sebesar 39,7%. Kondisi persaingan yang cukup jauh ini memberi gambaran terhadap keinginan konsumen relatif tinggi dan dapat mempengaruhi konsumen untuk menggunakan jasa transportasi online. Selain jasa transportasi online cara pemesanannya lebih mudah, tarif jasa yang diberikan lebih terjangkau, sehingga banyak penumpang beralih jasa transportasi konvensional. Persaingan antar pelaku jasa transportasi umum konvensional atau online seharusnya tetap baik dan sehat, dengan cara

berlomba melakukan pelayanan terbaik dan mengikuti regulasi yang ada. Dengan adanya persaingan antar jasa transportasi *online*, menyebabkan ojek pangkalan tergeser. Hal ini juga menyebabkan ojek pangkalan sepi pelanggan. Sehingga, untuk menyasati hal tersebut, kini ojek pangkalan hadir dan bangkit kembali. Mereka tidak mau kalah saing, mereka melakukan inovasi baru untuk mendapatkan pelanggan dengan targetnya ada di setiap daerah kota kecil yang jarang dijangkau oleh jasa transportasi seperti GOJEK atau GRAB.

Jasa transportasi yang dimaksud adalah K-JEK, KJEK berarti Karangasem Ojek, dimana K-JEK ini merupakan salah satu nama dari perusahaan yang baru berdiri dengan komunitas rata-rata *driver* ojek pangkalan di Kabupaten Karangasem. Karangasem merupakan suatu wilayah yang dapat dikatakan jauh dari perkotaan, sangat jarang GO-JEK atau GRAB mau mengambil pelanggan di Kabupaten Karangasem, karena lokasi yang jauh dan biaya transportasi yang terlalu mahal. Sehingga K-JEK mengambil peluang tersebut dengan membuat sebuah perusahaan dimana *driver*-nya adalah komunitas ojek pangkalan. Tak hanya K-JEK saja, bahkan ada G-JEK, T-JEK, B-JEK, dll. Penamaan di atas sesuai dengan daerahnya masing-masing namun masih dalam satu perusahaan. Peluang untuk membuat inovasi ojek online dengan mengagas K-JEK yang didirikan oleh Bapak Ida Bagus Putu Budiantara dengan dipelopori PT. Karangasem Ojek Online sangat besar. K-JEK merupakan penyedia layanan ojek online pertama di Kabupaten Karangasem. Sejak tanggal 17 Juni 2019 K-JEK bermitra dengan puluhan pengemudi ojek lokal guna menyediakan layanan ojek online terpercaya dengan tarif terjangkau. Hingga saat ini K-JEK telah memiliki jumlah *driver* sekitar 15 orang dan user yang telah mengunduh aplikasi ini berjumlah 8000 orang. K-JEK juga menyediakan beragam layanan yang akan membantu keseharian masyarakat di Kabupaten Karangasem seperti jasa transportasi pengiriman barang hingga pesan antar makanan. Menggunakan aplikasi android yang dibuat K-JEK, memudahkan masyarakat dapat melakukan pemesanan layanan ojek online langsung dari smartphone android. Layaknya virus yang menjamur begitu cepat, dan ramai dibicarakan K-JEK sebagai perusahaan lokal yang berkembang sangat pesat di Kabupaten Karangasem dan berubah sebagai perusahaan jasa transportasi online

pertama yang menawarkan jasa transportasi antar penumpang dengan sepeda motor alias ojek online.

Bila dilihat dari persaingan ojek online yang ada pada saat ini membuat para perusahaan terus meningkatkan kualitas layanan yang mereka berikan kepada pelanggannya. Seperti Go-Jek yang kini hadir untuk melayani masyarakat Bali, khususnya kota besar seperti daerah Denpasar, mereka memberikan layanan yang sudah tersedia saat ini meliputi Go-Ride, Go-Food, Go-Send dan Go-Shop dan dengan namanya yang telah terkenal di seluruh Indonesia. Akan tetapi K-JEK yang merupakan ojek online pertama di Kabupaten Karangasem tidak mau kalah, mereka juga mengeluarkan fitur-fitur dari aplikasinya dengan layanan yang tersedia seperti K-Food, K-Rent, K-Shop. K-JEK juga memiliki kelebihan dari segi pemesanan lewat Whatsapp yaitu dengan pemesanan K-JEK secara *online* para pelanggan bisa memilih *driver* sesuai keinginan meliputi tentang merek motor, jenis kelamin, maupun foto profil dari driver K-JEK tersebut. Selain itu K-JEK juga merupakan ojek *online* pertama di Kabupaten Karangasem. Maka dari itu untuk terus meningkatkan kepuasan pelanggan maka para pihak ojek online ini terus berlomba untuk memenuhi dan memperbaiki kualitas layanan dari jasa transportasi tersebut, agar terciptanya kepuasan pelanggan dan memiliki pelanggan yang loyal. Kepuasan pelanggan merupakan kunci utama memenangkan persaingan. Pelanggan yang puas dapat memberikan manfaat yang besar bagi perusahaan. Kepuasan pelanggan diukur melalui perbandingan kinerja yang diterima dengan harapan dari pelanggan. Kepuasan pelanggan akan timbul apabila penyampaian kinerja sebuah jasa sesuai atau melebihi harapan pelanggan. Tak hanya itu, kualitas jasa merupakan sesuatu yang diukur dengan persepsi yang timbul dari perbandingan antara kinerja aktual dan harapan pelanggan. Kualitas jasa yang baik tentu akan menimbulkan suatu kepuasan bagi pelanggan. Adapun faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa yaitu jasa yang diharapkan dan jasa yang dipersepsikan. Pelaku usaha harus mampu menganalisis persepsi dan ekspektasi pelanggan sehingga diketahui apakah pelanggan merasa puas atau tidak dengan jasa yang ditawarkan. Dalam hal ini, K-JEK dihadapkan pada kenyataan bahwa perusahaan harus mampu meningkatkan kualitas jasa transportasi sehingga pelanggan merasa puas. Sebuah kualitas layanan



dapat diukur dengan menggunakan teori menurut Parasuraman dalam Farida Jasfar (2019:51) yang mengemukakan lima dimensi, yaitu *Reliability* (Keandalan), *Responsiveness* (Daya tanggap), *Assurance* (Jaminan), *Empathy* (Empati), dan *Tangible* (Produk-produk fisik). Teori yang dikemukakan adalah untuk menilai dan mengukur kualitas layanan pada perusahaan. Apakah kualitas layanan yang telah diberikan oleh transportasi ojek online K-JEK sangat mempengaruhi keputusan pembelian pada penggunaan jasa K-JEK tersebut. Tak hanya itu, dengan meningkatnya teknologi tentu banyak asumsi masyarakat mengenai K-Jek ini, kepercayaan juga merupakan salah satu hal yang paling penting dalam membangun sebuah kepuasan pelanggan. Semakin tinggi tingkat kepercayaan konsumen dengan K-Jek maka akan semakin besar pula tingkat kepuasan pelanggan.

Peneliti melakukan survey pendahuluan dengan menyebarkan kuesioner kepada 30 responden pelanggan K-Jek untuk mengetahui kualitas pelayanan dan kepercayaan konsumen terhadap kepuasan konsumen menggunakan jasa transportasi K-JEK dan memperoleh data sebagai berikut:

**Tabel 1.0.2 Hasil Prasurvey Kualitas Pelayanan yang Kurang Baik**

No	Dimensi	Pertanyaan	STS (1)	TS (2)	CS (3)	S (4)	SS (5)	Total Skor	Skor ideal	persentase
1	<i>Tangible</i>	K-JEK memiliki fitur dan layanan yang memudahkan konsumen berbelanja, antar jemput	0	0	7	12	11	74	100	74%
2	<i>Reliability</i>	Pelayanan dari pihak K-JEK sesuai dengan ekspektasi konsumen	0	6	9	12	3	52	100	52%
3	<i>Responsiveness</i>	K-JEK cepat tanggap dalam memberikan informasi maupun merespon keluhan konsumennya	3	9	12	2	4	35	100	35%
4	<i>Assurance</i>	Kualitas pelayanan yang diberikan sudah memuaskan	0	2	6	12	10	70	100	70%
5	<i>Empathy</i>	K-JEK memberikan pelayanan yang dapat memudahkan konsumen untuk melakukan transaksi di aplikasi K-Jek	0	3	5	16	6	65	100	65%

Sumber: Hasil pra-survey (2022)

Terlihat bahwa terdapat tiga masalah yang didapat dari tabel hasil prakuesioner yang diantaranya yaitu :

1. K-JEK kurang cepat tanggap dalam memberikan informasi maupun merespon keluhan konsumennya
2. Pelayanan dari pihak K-JEK kurang sesuai dengan ekspektasi konsumen
3. K-JEK kurang memberikan pelayanan yang dapat memudahkan konsumen untuk melakukan transaksi di aplikasi K-Jek

Masalah ini terjadi dikarenakan kurangnya pengawasan perusahaan dalam operasional *driver*, perusahaan belum mampu menyediakan fasilitas kendaraan bagi *driver* sehingga *driver* menggunakan kendaraan yang mereka miliki untuk melakukan proses jasa. Tak hanya itu, *driver* juga dikatakan tidak datang tepat waktu dikarenakan tidak ada batasan atau estimasi di aplikasi atau whatsapp sehingga pelanggan kurang mengetahui kapan *driver* akan datang. Serta layanan K-Jek tidak 24 jam dikarenakan minimnya jumlah *driver* yang ikut bergabung dalam perusahaan K-Jek.

Terkait dengan kualitas layanan, peneliti menemukan pengguna jasa layanan transportasi ojek *online* K-JEK yang mengemukakan masih perlu adanya perbaikan layanan yang diberikan. Saat ini kenyataannya di lapangan jasa transportasi ojek *online* K-JEK masih mendapatkan beberapa komplain terkait dengan kinerja maupun harapan oleh pengguna jasa K-JEK, mulai dari kecepatan waktu yang kurang dari pihak K-JEK nya, maupun pelayanan yang kurang memuaskan dari pihak K-JEK kepada konsumen.

Kemudian, Peneliti melakukan survey pendahuluan dengan menyebarkan kuesioner kepada 30 responden pengguna K-Jek untuk mengetahui kepercayaan atas layanan dari K-JEK dan memperoleh data sebagai berikut:

**Tabel 1.0.3 Hasil Prasurvey Kurang Kepercayaan**

No	Dimensi	Pertanyaan	STS (1)	TS (2)	CS (3)	S (4)	SS (5)	Total Skor	Skor ideal	Persen tase
1	Kejujuran	K-JEK jujur dan actual dalam memberikan informasi kepada konsumennya	6	1	11	10	2	41	100	41%
2	Kebajikan	K-JEK mendahulukan kepentingan konsumen dibandingkan kepentingan internal	0	0	0	23	7	77	100	77%
3	Kompetensi	K-JEK akan bertanggung jawab jika terdapat hal yang merugikan terhadap konsumen	5	2	8	12	3	52	100	52%

Sumber: Hasil pra-survey (2022)

Terlihat bahwa masalah utama yang didapat dari hasil prakuesioner pada tingkat kepercayaan yaitu K-JEK belum sepenuhnya jujur dan actual dalam memberikan informasi kepada konsumen.

Masalah ini terjadi dikarenakan kurangnya penyebaran informasi yang dilakukan oleh pihak K-Jek sendiri, sehingga banyak masyarakat yang mendapatkan informasi melalui teman atau kerabat yang istilahnya informasi di dapat dari mulut ke mulut. Hal ini menyebabkan informasi yang di dapat konsumen terhadap K-Jek tidak sepenuhnya bisa dipercaya.

Lalu, Peneliti melakukan survey pendahuluan dengan menyebarkan kuesioner kepada 30 responden pengguna K-Jek untuk mengetahui kepuasan atas layanan dari K-JEK dan memperoleh data sebagai berikut:

**Tabel 1.0.4 Tabel Prasurvey Kepuasan Pelanggan (Tidak Puas)**

No	Pertanyaan	STS (1)	TS (2)	CS (3)	S (4)	SS (5)	Total Skor	Skor ideal	persentase
1	Kinerja Driver K-Jek sesuai dengan SOP perusahaan	12	6	7	2	3	38	100	38%
2	Kepuasan informasi yang diberikan	5	3	11	6	5	53	100	53%
3	Kepuasan atas sikap hormat dan menghargai pelanggan	0	2	16	12	0	57	100	57%
4	Kepuasan pada kondisi Fisik termasuk teknologi yang digunakan	2	0	14	6	8	67	100	67%

Sumber: Hasil pra-survey (2022)

Terlihat bahwa dalam pelayanan K-Jek, terdapat masalah yang dirasakan oleh pelanggan sehingga pelanggan tidak puas yaitu kinerja driver k-jek yang tidak sesuai dengan SOP perusahaan.

Ketidakpuasan ini terjadi karena masih banyak kekurangan dari perusahaan dan juga *driver*. Salah satunya adalah akomodasi yang tidak memadai sehingga jasa yang ditawarkan hanya beberapa dan untuk jasa tertentu saja seperti belanja,

antar barang dan juga pesan makanan. K-JEK belum mampu menambah jasa lainnya sehingga ekspektasi pelanggan masih kurang terhadap K-JEK. Selain itu, informasi yang diberikan juga kurang karena K-JEK tidak melakukan update secara berkala pada media sosial dan belum menggunakan platform iklan untuk menawarkan jasa yang diberikan. Tak hanya itu, pelanggan juga tidak puas dengan teknologi yang digunakan seperti aplikasi K-JEK yang hanya bisa diakses oleh pengguna android saja dan juga kurangnya fitur pada aplikasi K-JEK. Sehingga hal tersebutlah yang membuat kinerja driver tidak sesuai dengan SOP perusahaan.

Penelitian dilakukan untuk mengetahui tingkat espektasi, persepsi, kepuasan pelanggan serta *Important Perfomance Analysis* dari kualitas transportasi K-JEK di Kabupaten Karangasem. Hasil penelitian dapat dijadikan sebagai salah satu preferensi sumbangan pemikiran dan bahan pertimbangan dimasa yang akan datang bagi perusahaan K-JEK. Selain itu, penelitian ini dapat dijadikan bahan kajian lebih lanjut dalam penelitian selanjutnya tentang kepuasan pelanggan berdasarkan kualitas jasa transportasi.

Berdasarkan latar belakang yang terjadi di atas, peneliti tertarik untuk membahas masalah kualitas pelayanan dan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan yang akan diberikan pihak K-JEK kepada konsumen, dengan mengambil judul penelitian “**Analisis Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Transportasi K-JEK di Kabupaten Karangasem, Bali**”

### **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan dari latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka pertanyaan penelitian dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana kualitas pelayanan dilihat dari dimensi *tangible, reliability, responsiveness, empathy, assurance* menurut persepsi pelanggan jasa transportasi K-JEK di Kabupaten Karangasem, Bali?
2. Bagaimana kepercayaan dilihat kejujuran, kebajikan dan kompetensi menurut persepsi pelanggan jasa transportasi K-JEK di Kabupaten Karangasem, Bali?

3. Bagaimana kepuasan pelanggan jasa transportasi K-JEK di Kabupaten Karangasem, Bali?
4. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada jasa transportasi K-JEK di Kabupaten Karangasem, Bali?
5. Seberapa besar pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan pada jasa transportasi K-JEK di Kabupaten Karangasem, Bali?
6. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan secara simultan pada jasa transportasi K-JEK di Kabupaten Karangasem, Bali?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Mengacu pada pertanyaan di atas, adapun tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana kualitas pelayanan dilihat dari dimensi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *empathy*, *assurance* menurut persepsi pelanggan jasa transportasi K-JEK di Kabupaten Karangasem, Bali
2. Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana kepercayaan dilihat kejujuran, kebajikan dan kompetensi menurut persepsi pelanggan jasa transportasi K-JEK di Kabupaten Karangasem, Bali
3. Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana kepuasan pelanggan jasa transportasi K-JEK di Kabupaten Karangasem, Bali
4. Untuk mengetahui dan menganalisis besaran pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada jasa transportasi K-JEK di Kabupaten Karangasem, Bali
5. Untuk mengetahui dan menganalisis besaran pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan pada jasa transportasi K-JEK di Kabupaten Karangasem, Bali
6. Untuk mengetahui dan menganalisis besaran pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan secara simultan pada jasa transportasi K-JEK di Kabupaten Karangasem, Bali

#### **1.5 Kegunaan Penelitian**

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah:

1. Aspek Teoritis

- a. Sebagai bahan referensi bagi pembaca untuk penelitian selanjutnya dalam perusahaan jasa bagi peneliti yang berminat dalam meneliti transportasi online, dan juga sebagai tambahan untuk menambah wawasan,
  - b. Sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya yang sejenis,
  - c. Menerapkan dan memperdalam ilmu serta teori yang telah di dapat selama kuliah, khususnya. Mata kuliah manajemen pemasaran yang diterapkan pada permasalahan nyata melalui tugas akhir ini.
2. Aspek Praktis
- a. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai masukan dan saran kepada perusahaan K-Jek agar lebih memperhatikan kualitas pelayanan dan kepercayaan agar menciptakan kepuasan pelanggan serta dapat memperbaiki kualitas dan layanan dari K-Jek,
  - b. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan pertimbangan serta masukan bagi pihak yang berkepentingan, tertarik terhadap bahasan ini guna peneliti atau keperluan dan kepentingan lainnya.

### **1.6 Waktu dan Periode Penelitian**

Waktu dan periode pelaksanaan kegiatan penelitian ini dimulai Oktober 2022 sampai dengan Desember 2022 bertempat di Kabupaten Karangasem, Bali.