

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum

1.1.1 Profil Perusahaan

Uber masuk ke Indonesia pada 13 Agustus 2014, awalnya Uber baru melayani pelanggannya di kawasan CBD seperti Kuningan atau Sudirman, Jakarta. Skema Uber di Indonesia pun masih sama seperti di luar negeri. Uber tidak memiliki mobil sendiri, mobil-mobil tersebut berasal dari rekanan Uber yang disewa. Cara pemesanannya pun layaknya memesan taksi pada umumnya, pengguna diminta registrasi yang berisikan data pribadi dan nomor kartu kredit untuk pembayaran. Untuk memesannya pun cukup mengaktifkan fitur GPS dan nama supir beserta nomor plat mobil pun dapat langsung terlihat. Mobil-mobil yang ada pun tergolong mobil mewah, sebut saja Toyota Alphard, Camry, hingga Mercedes Benz S-Class, dan semuanya plat hitam dan tanpa ada tulisan “taksi” satu pun pada badan mobil. (Krisnadi, 2016)

Sejarah Uber yang didirikan oleh Travis Kalanick’s Warpath, Uber merupakan sebuah perusahaan rintisan. Selain perusahaan rintisan, Uber juga merupakan sebuah perusahaan yang bergerak pada industri atau jasa transportasi asal San Fransisco, California. Nama Uber muncul dari suatu pemikiran Travis Kalanick Wapath beserta temanya Garret Camp. Awal mulanya pada malam bersalju tahun 2008 di Paris, saat itu Travis dan Garret tidak mendapatkan Taxi. Akhirnya keduanya berpikir untuk memecahkan situasi tersebut dengan membuat aplikasi yang dapat menghubungkan antara pengemudi dengan penumpang. Sebelumnya nama Uber, perusahaan yang bergerak pada industri / jasa transportasi ini bernama UberCar. Pendiri dari perusahaan ini terdapat dua orang, yakni Travis Kalanick dan Garret Camp pada bulan maret 2009. Tiga bulan kemudian, Uber pun meluncurkan aplikasi. Garret selaku teman seperjuangan Travis, juga memberikan sumbangsih yang besar pada Uber. Selain sebagai pendiri dan CEO Uber, ia juga merupakan pendiri StumbleUpon. Pada tahun 2009 itu juga, Uber menerima dana sebesar US\$ 1,25 juta. Setelah aplikasi Uber meluncur dalam versi beta di seluruh

lapisan masyarakat tepatnya pada musim panas tahun 2010, aplikasi tersebut meluncur resmi di San Fransisco pada tahun berikutnya. Sebelum Travis diangkat sebagai CEO Uber, nyatanya Ryan Graves yang menjabat sebagai CEO Uber. Ryan pun tak menjabat lama, karena pada akhir tahun ia pun 3 mengundurkan diri dan jabatannya digantikan oleh Travis. Pada akhir tahun 2011, Uber menghasilkan dana sebesar US\$ 44,5 juta. Pada tahun itu pula nama UberCab berubah menjadi Uber. Cakupan wilayah Uber pun diperluas pada akhir tahun ini. Cakupan Uber diperluas hingga ke Paris. Paris merupakan kota pertama yang mengenakan layanan Uber pada bulan Desember 2011. Sebelumnya para sopir Uber Taxi mengendarai mobil Lincoln Town Car, Cadillac Escalade, BMW 7 Series, dan Mercedes Benz S550. Lalu sejak tahun 2012, Uber meluncurkan UberX. UberX merupakan pengayaan jenis mobil yang dilakukan perusahaan Uber, agar dapat merangkul dan menjangkau seluruh lapisan masyarakat di seluruh dunia. Pada tahun yang sama, Uber memperluas bisnisnya dengan menerima tumpangan menggunakan taksi. Pada tahun ini pun aplikasi Uber telah masuk kota Toronto di Kanada, penambahan Driver Uber pun bertambah hingga 90 orang di London. Aplikasi Uber berkembang pesat ke pasar luar negeri pada tahun 2012 – 2013.

Tabel 1.1

Profil Uber

Profil Uber Technologies Inc	
Jenis Perusahaan	Perusahaan Swasta
Industri/Jasa	Transportasi
Didirikan	Maret 2009
Pendiri	Travis Kalanick's Warpath dan Garret Camp
Kantor Pusat	San Fransisco, California, Amerika Serikat
Layanan	Seluruh Dunia
Situs	www.uber.com
Unduhan	Unduhan melalui Playstore

Dengan mengembangkan aplikasi, Uber secara tidak langsung menghubungkan antara sopir kendaraan sewaan dengan penumpang. Layanan penjemputannya tersebar di berbagai kota di seluruh dunia, layanan antar jemput ini cukup mudah. Pertama, Anda harus memesan mobil terlebih dahulu. Cara memesan mobil tersebut cukup kirimkan pesan teks atau dapat gunakan aplikasi Uber. Salah satu fitur andalan aplikasi Uber yaitu pemesanan mobil dapat melacak lokasi mobil yang sebelumnya telah dipesan. Sehingga pemesan dapat mengetahui secara detil dimana lokasi mobil, jarak mobil, bahkan beberapa waktu lagi mobil tiba.

Tarif layanan Uber sama persis dengan layanan taksi umum lainnya, Uber juga memiliki argo. Namun yang membedakan Uber dengan taksi lainnya terletak pada layanan eksklusif yang diberikan Uber, yang tidak dimiliki taksi lain. Tarif harga layanan Uber dipatok dengan harga premi, harga yang ditawarkan Uber sesuai dengan pelayanan yang diberikan ke pelanggannya. Diantaranya sopirnya handal dalam menyetir, tepat waktu, dan selalu memberikan kenyamanan terbaik. Selain pembayaran menggunakan kartu kredit, penggunaan uang cash pun juga bisa dilakukan dalam layanan Uber. (Rusyadi, 2016)

1.1.2 Visi dan Misi Objek Penelitian

Dalam menjalankan bisnis jasa transportasi online, Uber Indonesia memiliki visi dan misi, sebagai berikut: “Menciptakan mobil tanpa supir adalah sebuah keniscayaan bagi bisnis perusahaan transportasi, dengan memberikan kenyamanan dan tarif lebih rendah dari taksi pada umumnya dikarenakan tidak harus membayar mobilnya namun membayar layanan yang sesuai dengan apa yang ada didalamnya.” (Rusyadi, 2016)

1.1.3 Layanan Uber

a. Uber black

Uber black merupakan layanan asli yang ditawarkan oleh Uber. Mobil yang ditawarkan uber black adalah mobil kelas atas, dimana hanya bisa diisi maksimal 4 penumpang. Contoh mobil Uber Black adalah civic, fortuner, pajero, altis dan lain-lain. Tarif yang ditawarkan oleh Uber Black Rp. 7000 per KM.

b. Uber X

Selain menawarkan kelas premium uber menawarkan jenis mobil untuk kelas ekonomis dimana bisa lebih hemat karena harga yang ditawarkan cukup terjangkau hanya Rp. 3000 per KM. Untuk jenis-jenis mobil Uber X yaitu Avanza, Xenia, Livina, Mobilio, Datsun, Agya, dan lain-lain.

c. Uber Pool

Uber pool merupakan suatu layanan berbagi kendaraan milik uber, dengan layanan ini penumpang dapat melakukan perjalanan dengan hemat dari pada Uber X karena pengguna lainnya bisa ikut menumpang dikendaraan uber yang sedang kita gunakan.

d. Uber Motor

Layanan ini memberikan kita menghemat waktu dan uang untuk memesan layanan sepeda motor. Harga yang di tawarkan uber motor yaitu Rp. 1000 per KM.

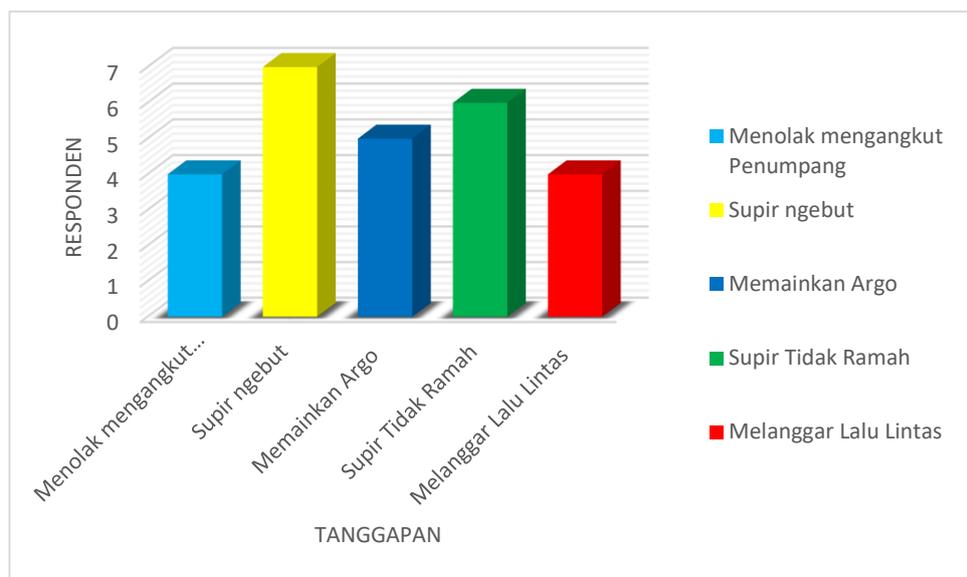
1.2 Latar Belakang Penelitian

Transportasi merupakan salah satu aspek penting dalam kehidupan manusia karena transportasi berkontribusi besar pada kehidupan dalam kaitannya dengan aktivitas manusia sehari-hari. Menurut Gunawan (2014:5) transportasi dapat didefinisikan sebagai suatu usaha dan kegiatan mengangkut atau membawa barang dan atau penumpang dari suatu tempat ke tempat lainnya. Apalagi di era *modern* ini, manusia memiliki mobilitas yang tinggi untuk berinteraksi dengan sesamanya. Hal ini membawa dampak yang besar bagi perkembangan bisnis dalam bidang transportasi. Pasar menjadi semakin luas dan banyak peluang, namun sebaliknya persaingan semakin ketat dan sulit untuk diprediksi. Kondisi ini menuntut perusahaan untuk menciptakan keunggulan kompetitif bisnisnya agar mampu bersaing secara berkesinambung (www.kompasiana.com).

Salah satu transportasi yang dipilih masyarakat untuk digunakan didalam kota yaitu taksi. Taksi salah satu alat transportasi yang disewa dengan sopir, yang di gunakan oleh penumpang tunggal atau sekelompok kecil penumpang. Masih minimnya angkutan umum yang nyaman dan aman membuat permintaan atas jasa taksi cukup tinggi, terutama di kota-kota besar dan pusat bisnis serta perbelanjaan.

Jasa angkutan taksi merupakan alternatif yang dapat dijadikan pengguna untuk lebih mementingkan tingkat keamanan dan kenyamanan konsumen.

Walaupun demikian, keluhan dari pihak konsumen tetap ada misalnya konsumen merasa kurang puas dengan pelayanan yang diberikan dalam arti tidak sesuai antara harapan dengan tuntutannya. Tuntutan ini biasanya meliputi keamanan, kenyamanan, keselamatan yang diberikan jasa transportasi taksi. Berikut terdapat keluhan pelanggan taksi konvensional yang terlampir dilampiran 1 berupa ungkapkan di media sosial seperti twitter dan facebook berupa supir tidak mau mengangkut penumpang dan juga wawancara seperti supir ngebut, supir tidak ramah, memainkan argo, dan melanggar lalu lintas. dan telah di dapat data untuk mengetahui keluhan pelanggan terhadap taksi konvensional sebagai berikut :



Gambar 1.1

Diagram Keluhan Terhadap Taksi Konvensional

Sumber : Olah Peneliti, 2017

Dengan semakin banyaknya keluhan pada taksi konvensional memberikan peluang bagi taksi online dengan memberikan fasilitas yang nyaman, aman, dan harga yang lebih murah. Taksi *online* merupakan suatu angkutan yang membawa penumpang dengan memesan lewat aplikasi yang ada di smartphone pelanggan yang terhubung ke jaringan internet. Selain dapat di pesan secara *online* taksi *online* juga bisa melakukan pembayaran dengan sistem *online* dan dengan harga yang

lebih murah dari taksi konvensional dan kebersihan, kenyamanan dan keamanan tidak kalah dengan taksi konvensional (www.suaramerdeka.com). Dan penumpang tidak perlu untuk mencari taksi di jalan hanya cukup memesan via aplikasi mobil akan datang ke rumah.

Salah satu taksi berbasis *online* yang ada di Indonesia adalah Uber. Uber merupakan perusahaan dari San Francisco, Amerika Serikat yang beroperasi di Indonesia yang bergerak dibidang pemasaran teknologi aplikasi yang bekerja sama dengan perusahaan rental mobil. Sistem pemesanan dan pembayaran dengan sistem online tersebut membuat perkembangan baru dalam sistem transaksi jasa transportasi di Indonesia (www.uber.com). Hal ini memudahkan konsumen untuk melakukan pembayaran secara non tunai. Uber memberikan suatu pelayanan kepada konsumennya mulai dari harga yang ditawarkan terjangkau, mobil yang bersih, keamanan yang diberikan seperti identitas pengemudi sehingga meminimalkan kejadian yang tidak diinginkan (www.uber.com).

Menurut Wijaya (2011:11) Kualitas pelayanan didefinisikan sebagai keseluruhan gabungan karakteristik yang dihasilkan dari pemasaran rekayasa produksi dan pemeliharaan yang membuat produk dan jasa tersebut dapat digunakan untuk memenuhi harapan pelanggan atau konsumen. Selain itu, Kotler (2016:155) mengemukakan banyak perusahaan secara sistematis mengukur seberapa baik mereka memperlakukan pelanggan mereka, mengenali faktor-faktor yang membentuk kepuasan. Perusahaan akan bertindak bijaksana dalam mengukur kepuasan pelanggan secara teratur. Salah satu usaha yang dapat dilakukan untuk menciptakan dan mempertahankan kepuasan pelanggan adalah dengan memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan. Jika kepuasan pelanggan tidak dapat dipertahankan, maka kemungkinan pelanggan untuk ke produk kompetitor menjadi sangat tinggi.

Objek penelitian ini berada di Kota Bandung karena banyaknya warga Kota Bandung yang menggunakan Uber (www.uber.com). Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan melalui wawancara langsung yang terlampir dilampiran 2 (pada tanggal 19 Desember 2016), kepada 30 responden. Beberapa responden menyatakan mereka menggunakan jasa Uber karena menurut mereka mobil yang

disediakan wangi, bersih, dan nyaman. Responden juga menyatakan bahwa driver Uber ramah, rapih, dan handal dalam mengendarai kendaraan. Namun ada beberapa responden yang mengalami ketidakpuasan terhadap layanan yang di berikan Uber, 18 dari 30 responden menyatakan bahwa mereka mengalami masalah atas pelayanan Uber *Car*, seperti :

1. harga yang ditentukan bisa tidak sesuai dengan yang ada diaplikasi karena Uber menerapkan sistem argo jadi yang ada diaplikasi itu hanya perkiraan harga.
2. kurangnya konfirmasi ke penumpang sebelum menjemput.
3. supirnya suka memilih rute yang jauh agar argo/tarifnya naik.
4. mobil yang kapasitasnya tempat duduknya sedikit.
5. supir tidak mau turun atau tidak mau membantu penumpang yang bawa barang banyak untuk dimasukin ke bagasi mobil.

Kotler dan Keller (2016:153) mengemukakan, kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang dihasilkan dari membandingkan produk atau layanan kinerja yang dirasakan sesuai dengan harapan. Jika kinerja jauh dari harapan, maka konsumen tidak puas. Jika sesuai harapan, konsumen puas. Jika melebihi harapan, konsumen sangat puas atau senang. Kotler dan Keller (2016:155) menyatakan bahwa menentukan tingkat kepuasan konsumen, terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga,dan biaya.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan melalui wawancara langsung yang terlampir dilampiran 3 (pada tanggal 19 desember 2016), kepada 18 responden. 10 responden tidak ingin menggunakan Uber *Car*, 4 responden tidak akan merekomendasikan Uber *Car* kepada orang lain dan 4 responden mengeluh terhadap layanan yang diberikan Uber *Car*.

Dalam penelitian Anumillah (2016) diketahui kualitas pelayanan(*tangible, reliability, responsiveness, assurance dan empathy*) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen secara simultan pada Baraya Travel di Kota Bandung. Dan secara parsial kualitas pelayanan (*reliability, responsiveness, assurance dan empathy*) memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen . sedangkan *tangible* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap

kepuasan konsumen Baraya Travel di Kota Bandung. Dan dalam penelitian Heruwato dan Aprilia (2012) diketahui hanya dua faktor yang mendorong kepuasan pelanggan yaitu *assurance* dan *empathy*.

Dari penjelasan diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dengan judul “**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA UBER CAR**” (Studi Pada Konsumen Uber Car di Kota Bandung).

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan, dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana kualitas pelayanan dari uber car ?
2. Bagaimana kepuasan konsumen uber car ?
3. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan (*Tangible, Empathy, Reliability, Responsiveness, Assurance*) terhadap kepuasan konsumen pada uber car secara simultan ?
4. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan (*Tangible, Empathy, Reliability, Responsiveness, Assurance*) terhadap kepuasan konsumen pada uber car secara parsial ?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Mengetahui kualitas pelayanan dari uber car.
2. Mengetahui kepuasan konsumen pada uber car.
3. Mengetahui besarnya pengaruh kualitas pelayanan (*Tangible, Empathy, Reliability, Responsiveness, Assurance*) terhadap kepuasan konsumen pada uber car secara simultan.
4. Mengetahui besarnya pengaruh kualitas pelayanan (*Tangible, Empathy, Reliability, Responsiveness, Assurance*) terhadap kepuasan konsumen pada uber car secara parsial.

1.5 Kegunaan Penelitian

Dari hasil penelitian yang dilaksanakan pada Uber, diharapkan bermanfaat bagi :

1. Kegunaan teoritis

Dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan perbandingan dan pengembangan yang lebih baik untuk mengkaji ilmu manajemen pemasaran, terutama sebagai acuan bagi studi ilmiah tentang bagaimana menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu penelitian ini dapat digunakan sebagai sumber informasi dan bahan referensi bagi penulis lain yang hendak melakukan penelitian dibidang yang sama.

2. Kegunaan praktis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak perusahaan, yaitu sebagai masukan dan pertimbangan dalam mengembangkan dan menyempurnakan kebijakan perusahaan terutama yang berhubungan dengan kualitas pelayanan untuk membantu menunjang perkembangan perusahaan dimasa yang akan datang.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan maka disusunlah sistematika penelitian yang berisi informasi mengenai materi dan hal-hal yang dibahas dalam tiap-tiap bab. Adapun sistematika penulisan tersebut sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab I berisi mengenai gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN

Pada bab II berisi mengenai tinjauan pustaka penelitian, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian, dan ruang lingkup penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab III berisi mengenai jenis penelitian, variabel operasional, tahapan penelitian, populasi dan sampel, pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab IV menceritakan hasil dan pembahasan mengenai karakteristik responden dilihat dari berbagai aspek, membahas dan menjawab rumusan masalah serta hasil perhitungan analisis data yang telah dilakukan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian dan saran.