

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil dan Sejarah

Gojek atau PT. Gojek Indonesia merupakan perusahaan yang memiliki basis online di bidang transportasi. PT. Gojek Indonesia berasal dari Indonesia yang diciptakan oleh anak bangsa yaitu Nadiem Makarim dibawah naungan PT. Aplikasi Karya Anak Bangsa.

Pada mulanya proses pemesanan dengan sistem *call center*, namun seiring perkembangan waktu Gojek akhirnya meluncurkan aplikasi yang tersedia untuk diunduh ditelefon seluler melalui playstore merupakan platform untuk pengguna android sedangkan app store adalah platform yang ditujukan bagi pengguna iOS. Gojek Indonesia terus melakukan perkembangan dan inovasi, untuk saat ini terdapat 20 layanan yang tersedia dalam aplikasi Gojek.



Gambar 1.1 Logo Perusahaan

Sumber : [gojek.com](https://www.gojek.com)

22 Juli tahun 2019, Gojek mengumumkan perubahan logo yang bertujuan memperkuat posisi sebagai perusahaan transportasi berbasis online terdepan di Asia Tenggara. Dengan adanya perubahan logo ini diharapkan Gojek Indonesia semakin bisa menyelesaikan masalah transportasi yang ada pada masyarakat. Sesuai dengan nama logo Gojek yang baru yaitu Solv yang diambil dari kata "*solve*" yang berarti menyelesaikan (<https://www.gojek.com/id-id/>, n.d.).

Pada bulan Mei tahun 2021, Gojek mengumumkan secara resmi bahwa melakukan merger dengan Tokopedia. Hal tersebut secara resmi juga mengubah nama perusahaan Gojek menjadi PT. GoTo Gojek Tokopedia. Gojek sendiri telah tersebar hampir seluruh kota di Indonesia. Selain Di Indonesia Gojek juga melakukan ekspansi di Vietnam, Thailand, dan Singapura (<https://www.gojek.com/id-id/>, n.d.).

Gojek menyediakan berbagai layanan jasa yang dapat mempermudah masyarakat dalam sehari-hari, seperti Gosend, Gocar, Goride, Gosure, Gopay, Gofood berbagai layanan jasa lainnya. Layanan jasa kurir instan yang diberikan oleh Gojek untuk mengantar jemput barang sesuai dengan titik yang ditentukan adalah Gosend. Gosend sendiri memiliki beberapa fitur antara lain fitur cepat sampai, barang atau dokumen dikirim pada titik tertentu dalam hitungan jam saja. Selain itu, masyarakat dapat melacak driver, lokasi pengiriman menggunakan Gosend secara real time dapat dilacak melalui aplikasi Gojek. Pengiriman menggunakan Gosend juga lebih aman karena terdapat asuransi pada setiap item barang atau dokumen serta layanan jasa Gosend tersedia selama 24 jam (<https://www.gojek.com/id-id/>, n.d.).

1.1.2 Visi dan Misi

a. Visi

Visi dari PT Gojek Indonesia yaitu “Mendukung sistem Indonesia menjadi lebih efisien, mempermudah pelaksanaan tugas sehari-hari seperti pengiriman surat, belanja, dan memanfaatkan jasa kurir, serta berkontribusi pada kesejahteraan pengemudi ojek di Indonesia di masa depan”.

b. Misi

Misi PT Gojek Indonesia:

1. Menjadikan PT Gojek Indonesia sebagai moda transportasi terpesat untuk memenuhi keperluan warga Indonesia. Menyediakan pelayanan yang praktis digunakan masyarakat.
2. Menjadikan PT Gojek Indonesia sebagai model penerapan kemajuan teknis untuk mencapai ketaatan dan pengelolaan sistem transportasi terbaik.
3. Meningkatkan kesadaran dan komitmen terhadap tanggung jawab sosial dan lingkungan.
4. Menyediakan pelayanan berkualitas tinggi dan resolusi yang bernilai tinggi kepada konsumen.

1.1.3 Bidang Usaha

Gojek adalah Salah satu perusahaan transportasi yang menggunakan aplikasi mobile sebagai bagian integral dari operasionalnya, dengan tujuan mempermudah akses bagi pelanggan dan meningkatkan standar hidup pekerja Indonesia di sektor informal. Gojek Menyajikan beragam layanan untuk memenuhi kebutuhan dan mempermudah aktivitas sehari-hari masyarakat, seperti GoRide merupakan layanan jasa transportasi menggunakan sepeda motor bagi mereka yang menginginkan waktu tempuh yang lebih

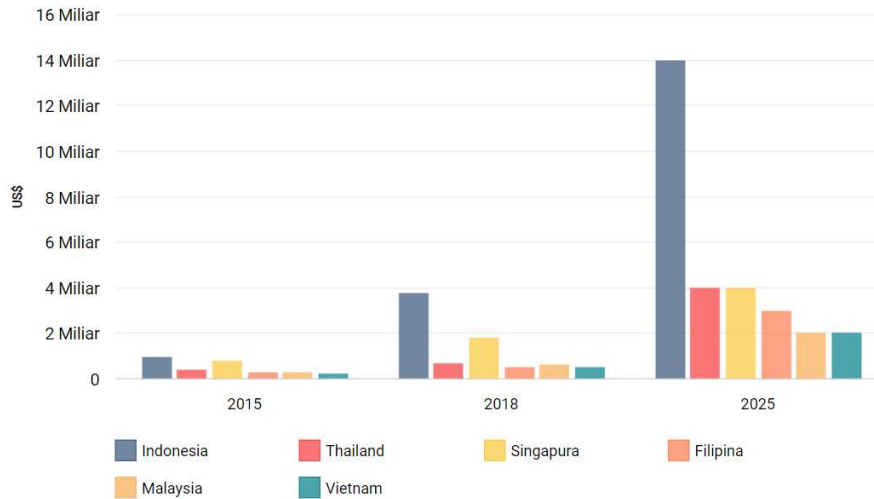
singkat dan keamanan dalam mencapai tujuan. GoCar merupakan layanan jasa transportasi yang menjemput dan mengantar pelanggan menggunakan mobil. GoSend merupakan layanan pengiriman cepat yang mengangkut barang dan dokumen langsung dari lokasi penjemputan ke tujuan yang telah ditentukan melalui aplikasi. GoBox merupakan layanan jasa untuk memindahkan barang dengan skala besar dan pengiriman barang menggunakan mobil box, mobil pick-up, dan truk tertentu. GoBluebird adalah layanan transportasi menggunakan armada mobil dari Bluebird. GoFood merupakan sebuah layanan yang menyediakan pemesanan dan pengantaran makanan dengan mitra Gojek.

Bidang usaha lainnya yang dimiliki oleh Gojek diluar jasa transportasi adalah GoPay adalah alat pembayaran yang menggunakan uang elektronik untuk beragam layanan yang tersedia melalui platform Gojek. dan dapat digunakan untuk pembayaran pada outlet yang telah bermitra dengan Gojek. GoTagihan adalah layanan yang digunakan untuk membayar tagihan BPJS, internet, air, listrik, pajak, dan tv kabel. GoPayLater adalah metode pembayaran yang dapat dilakukan kapan saja untuk membayar layanan yang ada pada Gojek. GoGive adalah layanan yang dapat digunakan untuk donasi dan membayar zakat. GoSure merupakan layanan jasa yang dapat digunakan untuk perlindungan kesehatan, elektronik, dan kendaraan. Go Tix merupakan layanan jasa yang dapat dimanfaatkan untuk membeli tiket bioskop. Go Corp merupakan layanan jasa transportasi yang dapat digunakan untuk mobilitas karyawan. Go Investasi merupakan layanan jasa yang dapat digunakan untuk melakukan investasi. Go Med merupakan sebuah layanan yang bisa dimanfaatkan untuk keperluan medis. Go Play adalah layanan yang menyediakan film untuk streaming maupun download. Go Mart adalah layanan pesan antar belanjaan yang terdapat pada mini market atau super market mitra Gojek. Goshop adalah layanan yang dapat digunakan untuk titip beli pada driver sesuai dengan yang telah ditentukan di aplikasi.

1.2 Latar Belakang

Zaman semakin berkembang secara dinamis, membuat masyarakat harus dapat beradaptasi dengan segala perkembangan yang ada. Perkembangan yang saat ini berkembang dengan sangat pesat yaitu teknologi. Teknologi berkembang di banyak bidang, salah satunya adalah bidang transportasi. Layanan transportasi online dikenal karena aksesibilitas, transparansi, dan keterjangkauannya. Hal tersebut, memberikan keunggulan transportasi online dibandingkan layanan transportasi tradisional yang ada (Alamsyah & Rachmadiansyah, 2018). Dalam kehidupan masyarakat Indonesia, pengangkutan atau transportasi adalah bidang

kegiatan yang sangat penting. Dibawah ini adalah pangsa pasar transportasi online di Indonesia untuk tahun 2015-2025



Gambar 1.2 Pangsa Pasar Transportasi Online

Sumber: databoks.katadata.co.id

Dengan melihat data diatas, kita simpulkan jika Indonesia memiliki pangsa pasar transportasi online paling banyak dari tahun ke tahun dibandingkan dengan dengan negara lainnya. Hal tersebut merupakan kesempatan yang bisa kita ambil manfaatnya sebaik mungkin bagi perusahaan transportasi online di Indonesia.

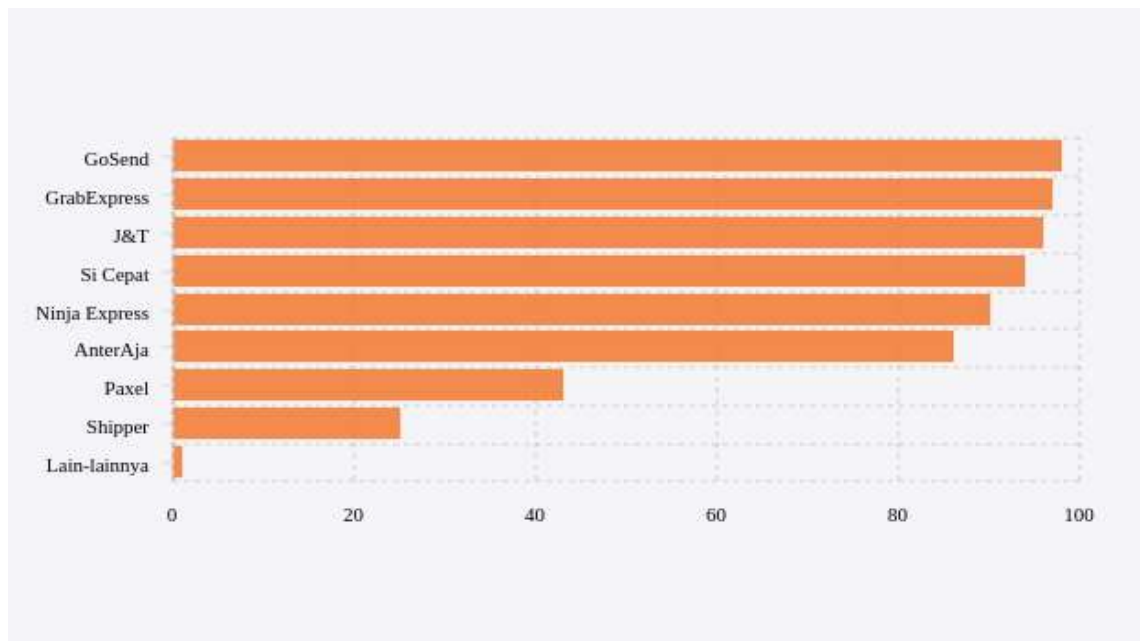
Masyarakat sebagai pengguna jasa transportasi yang ditawarkan oleh perusahaan transportasi akan lebih tertarik menggunakan jasa yang diberikan jika perusahaan transportasi tersebut memberi komunikasi yang bagus serta cepatnya pelayanan. Sehingga pelayanan jasa yang ditawarkan dapat membuat konsumen merasa puas. Pelayanan yang cepat dan mudah dalam komunikasi dapat menciptakan loyalitas pada pelanggan (<https://databoks.katadata.co.id/>, n.d.).

Pelanggan tentu ingin menghindari resiko terburuk atas barang atau jasa yang didapatkan. Oleh karena itu, pelanggan cenderung lebih ingin mengurangi resiko dan melanjutkan relasi dengan perusahaan atau penyedia layanan yang cenderung tidak mengecewakan.

Saat ini dengan kemajuan teknologi dan kebutuhan masyarakat yang semakin pesat, bentuk mengirim barang dan dokumen semakin berkembang terutama di kota-kota metropolitan di Indonesia seperti mengirim barang dan dokumen melalui jasa online sehingga

pelanggan tidak perlu keluar rumah untuk membeli atau mengambil barang dan dokumen yang mereka inginkan dan butuhkan.

Salah satu perusahaan transportasi Indonesia adalah Gojek. Gojek sendiri memiliki banyak layanan untuk membantu kehidupan masyarakat Indonesia. Salah satu layanan yang dimiliki oleh Gojek adalah Gosend. Gosend sendiri merupakan sebuah layanan yang bisa dimanfaatkan untuk mengirimkan barang dan dokumen dari tempat penjemputan ke titik antar sesuai yang telah ditetapkan dalam aplikasi Gojek. Dibawah ini adalah grafik popularitas jasa layanan logistik yang ada di Indonesia.



Gambar 1.3 Ranking Jasa Layanan Logistik

Sumber: <https://databoks.katadata.co.id/>, n.d.)

Dapat kita lihat dari data diatas bahwa 98% reponden mengatakan jika mereka familiar dengan Gosend. Responden dalam survey adalah sebanyak 890 responden dengan usia 18-35 tahun dengan komposisi responden 75% di Pulau Jawa dan 25% berada diluar Pulau Jawa (<https://databoks.katadata.co.id/>, n.d.). Hal tersebut dapat diartikan jika Gosend merupakan layanan jasa logistik yang umum digunakan oleh penduduk Indonesia, baik untuk mengirim barang maupun dokumen.

Popularitas jasa layanan logistik yang didapatkan oleh Gojek adalah pencapaian yang luarbiasa. Popularitas tersebut dapat dicapai karena adanya banyak faktor pendukung seperti layanan oleh perusahaan maksimal diberikan, dan pelayanan yang diberikan oleh driver untuk

mengambil dan mengantar barang dan dokumen dengan sepenuh hati dan penuh dengan tanggungjawab (<https://databoks.katadata.co.id/>, n.d.)

Di Indonesia, gojek berkembang hampir menyeluruh, dari kota besar sampai menjangkau kota kecil. Salah satu kota yang dijangkau oleh Gojek adalah Bandung. Bandung termasuk dalam bagian kota besar di Indonesia, serta dijadikan Ibukota provinsi Jawa Barat. Bandung mempunyai jumlah tempat wisata, aneka kuliner dan perguruan tinggi atau universitas yang cukup banyak, yang setiap perguruan tinggi atau universitasnya memiliki banyak mahasiswa. Aktivitas tersebut membutuhkan transportasi online untuk memudahkan masyarakat dalam mencari akomodasi, mulai dari transportasi motor serta mobil, mencari makanan, hingga keperluan mengirim barang dan dokumen (<https://www.gojek.com/blog/gojek/bandung/>, n.d.).

Menurut (Belwal & Amireh, 2018) evaluasi pelanggan pada tingkat layanan dan respon terhadap penyedia layanan secara signifikan berpengaruh terhadap bertahannya hubungan bisnis. Dengan memberikan pelayanan berkualitas tinggi kepada pelanggan, hal ini dapat meningkatkan kebahagiaan dan kepuasan pelanggan karena dapat memenuhi harapan mereka dan hal ini berpotensi meningkatkan loyalitas pelanggan (Kotler & Keller, 2012).

Tabel 1.1
Ulasan Pelanggan

No	Topik	Ulasan
1	Driver yang baik	Walaupun rumah saya masuk gang yang sempit dan kecil beliau berminat mengantarkan tepat di depan pintu rumah saya.
2	Good Service	Servicenya bagus thanks gojek membantu saat pandemi.
3	Service Excellent	Tetap humble semua drivernya.
4	Layanan antar	oke
5	Driver yang baik	Nominasi driver gojek terbaik jatuh kepada driver gojek cabang Bandung.
6	Susah dapat driver	susah banget dapat driver sekalinya dapat malahdi cancel.
7	Service	pelayanan pada gojek sangat jelek, membuat pelanggan setia kecewa.

8	Customer Service	Tidak memberikan solusi atas masalah saya, jawaban muter dan ngilang.
9	Voucher	Gabisa pake 2 voucher lagi padahal biaya layanan di app Gojek paling mahal diantara yang lain.
10	Driver	susah mendapat driver di Bandung (apalagi Gosend)

Sumber : Appstore dan Twitter

Tidak banyak pelanggan yang mau menuliskan ulasannya secara langsung tetapi memberikan ulasan dari mulut ke mulut, ulasan atau komplain yang diberikan oleh pelanggan banyak yang tidak sampai pada bagian top manajemen perusahaan, namun keluhan tersebut hanya sampai pada ulasan dan dibaca oleh customer servis sesuai dengan teori *iceberg* (Chakrapani, 1998). Dari banyaknya ulasan pelanggan pada layanan jasa gosend terdapat beberapa keluhan dan pujian yang hampir sama yang disampaikan oleh pelanggan layanan jasa Gosend, ulasan diatas yang didapatkan dari ulasan di Appstore dan media sosial Twitter mengenai layanan jasa Gosend, dapat dikatakan sudah baik khususnya pengiriman barang atau dokumen. Dapat dilihat dari banyaknya masyarakat yang menggunakan jasa kurir instan online ini. Namun, adanya kekecewaan pelanggan yang diakibatkan oleh layanan jasa Gosend dari jasa transportasi tersebut masih mungkin terjadi. Driver yang tidak bertanggungjawab seperti melakukan pembatalan pemesanan secara sepihak, membawa barang dan dokumen dengan kurang hati-hati, customer servis yang kurang baik dalam memberikan tanggapan, dan masih banyak lagi. Kepuasan pelanggan memiliki peran penting dalam mempertahankan pelanggan yang loyal dan membuat mereka kembali menggunakan jasa perusahaan secara progresif dalam jangka waktu yang lama. Dengan ini, pengelola usaha dapat menjaga keberlanjutan bisnisnya, mampu bersaing, dan bahkan merajai pangsa pasar (Bahar & Sjahrudin, 2017). Dengan adanya keluhan tersebut pelanggan berharap jika layanan jasa Gosend dapat lebih baik dan bertanggungjawab.

Berdasarkan fenomena tersebut, terdapat ketertarikan peneliti untuk membuat penelitian yang mempunyai judul **“Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan GoSend”**.

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, masalah yang akan dikaji dirumuskan sebagai berikut.

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas layanan driver Gosend terhadap kepuasan pelanggan Gosend?
2. Apakah terdapat pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Gosend?
3. Apakah terdapat pengaruh kualitas layanan driver Gosend terhadap loyalitas pelanggan Gosend?
4. Apakah kepuasan pelanggan memediasi pengaruh kualitas layanan driver Gosend terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna jasa Gosend?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan driver Gosend terhadap kepuasan pelanggan Gosend.
2. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Gosend.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan driver Gosend terhadap loyalitas pelanggan Gosend.
4. Untuk mengetahui apakah kepuasan pelanggan memediasi pengaruh kualitas layanan driver Gosend terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna jasa Gosend.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Aspek Teoritis

Diharapkan kebergunaan pengkajian ini secara teori dan bermanfaat pada bidang marketing, terutama dalam hal keunggulan layanan dan kepuasan pelanggan pada penggunaan layanan Gojek khususnya Gosend.

1.5.2 Aspek Praktis

Diharapkan memberi manfaat dari penelitian untuk Gojek untuk lebih mengembangkan atau meningkatkan kualitas manajemen merek yang telah dilakukan semaksimal mungkin, guna mempertahankan dan meningkatkan jumlah konsumen. Selain itu, diharapkan juga untuk penelitian selanjutnya bisa mengambil referensi dari penelitian ini.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Lima bab yang menjadi pembahasan serta pemaparan studi salam penelitian ditulis dengan urutan penyusunan seperti berikut:

a. BAB I PENDAHULUAN

Gambaran umum tentang objek penelitian, dasar penelitian, rumusan masalah, tujuan, manfaat, serta sistematika penyusunan tugas akhir semuanya tercakup dalam bab ini.

b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Teori yang berkaitan dalam penelitian sekarang dan terdahulu, hipotesis pengembangan, dan kerangka kerja dibahas dalam bab ini.

c. BAB III METODE PENELITIAN

Jenis penelitian, variabel operasional, unit pengukuran, sampel serta populasi, metode pengumpulan data, pemeriksaan reliabilitas serta validitas, dan prosedur analisa data dibahas dalam bab ini.

d. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Karakteristik responden, temuan penelitian, serta membahas hasil membentuk bab ini.

e. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini terdiri dari kesimpulan dan saran.