

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Transportasi adalah sebuah kebutuhan yang sangat penting sekarang ini. Tanpa adanya alat transportasi, maka banyak kegiatan lain yang tidak dapat dilakukan. Dengan adanya alat transportasi, maka individu akan menjadi lebih mudah untuk beraktivitas. Alat transportasi apapun mulai dari yang sederhana sampai pada tingkat yang paling modern kini tersedia.

Pentingnya alat transportasi ini membuat perusahaan memunculkan ide mendirikan sebuah usaha jasa antar jemput dengan menggunakan media canggih seperti aplikasi *handphone*. Perusahaan yang bergerak dalam bidang taksi online pun bermunculan. Berbagai sarana, fitur dan service juga ditingkatkan guna memenangkan persaingan dalam mendapatkan pelanggan. Kepuasan konsumen merupakan sasaran utama agar perusahaan dapat terus berkembang.

Kepuasan konsumen seperti yang dikemukakan Kotler (2002) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang sebagai hasil dari perbandingan antara prestasi dan atau produk yang dirasakan dengan yang semula diharapkannya. Sementara menurut Rangkuti (2003) kepuasan konsumen didefinisikan sebagai respon konsumen terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakan setelah pemakaian.

Menurut Oliver (dalam Irawan, 2003), kepuasan adalah respon pemenuhan dari konsumen. Kepuasan adalah hasil dari penilaian konsumen bahwa produk atau pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan dimana tingkat ini bisa lebih

atau kurang. Menurut Irawan (2003), kepuasan konsumen adalah persepsi terhadap produk atau jasa yang telah memenuhi harapannya. Karena itu, konsumen tidak akan puas, apabila konsumen mempunyai persepsi bahwa harapannya terpenuhi. Konsumen akan merasa puas jika persepsinya sama atau lebih dari yang diharapkan.

Menurut Day (dalam Tjiptono, 1997) menyatakan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan konsumen adalah respon konsumen terhadap evaluasi ketidaksesuaian (*disconfirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya atau norma kinerja lainnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.

Dalam kaitannya dengan penyedia jasa transportasi berbasis aplikasi *handphone* seperti taksi online, maka kepuasan konsumen harus benar-benar diperhatikan. Disamping layanan yang diberikan oleh para *driver*, tarif murah dan kecepatan sampai di tempat konsumen merupakan sasaran utama dari program jasa transportasi.

Trend taksi online saat ini telah memunculkan kemudahan bagi individu atau masyarakat yang membutuhkan. Setiap individu kini tidak lagi harus menggunakan kendaraan yang nota bene padat seperti angkutan kota (angkot), maupun becak (mesin dan dayung) maupun ojek pangkalan. Kini telah hadir dua taksi online, yakni go-car dan grab.

Go-car termasuk dalam salah satu fitur layanan dari gojek. Gojek berdiri pada tahun 2011 oleh seorang pemuda yang kreatif. Pendiri Go-jek bernama Michaelanglo Maron dan Nadiem Makarim. Mereka mendirikan sebuah perusahaan yang diberi nama PT. Go-jek Indonesia. Perusahaan ini bertujuan

untuk menghubungkan ojek dengan penumpang ojek. Mereka melihat para ojek pangkalan hanya menghabiskan waktu seharian dan belum tentu mendapatkan pelanggan. Jadi mereka membuat perusahaan ini, untuk membantu para tukang ojek mendapatkan penumpangnya dengan cepat dan efisien. Sampai sekarang tujuan mereka memang terbukti ampuh. Tukang ojek harus lebih produktif supaya bisa mendapatkan penghasilan yang banyak.

Pendiri go-jek/go-car berinisiatif membuat sesuatu yang berbeda. Go-jek/go-car ini menggunakan *system* yang lebih tertata rapi. Awalnya go-jek/go-car melayani lewat *call center* saja, tetapi lambat laun go-jek/ go-car berkembang dan membuat aplikasi go-jek/go-car. Dengan aplikasi ini, anda bisa memesan secara online, membayar secara kredit dan mengetahui keberadaan *driver* yang akan menjemput anda. Inilah salah satu kelebihan dari go-jek/ go-car dibandingkan dengan ojek pangkalan lain.

Pada awal pendaftaran menjadi *driver* go-jek/ go-car, akan terdapat berbagai pelatihan. Bagaimana melayani pelanggan dengan baik, tidak boleh ugal-ugalan di jalan, mematuhi lalu lintas dan menggunakan pakaian yang *safety*. Pendiri go-jek/ go-car ini memang sangat mengutamakan kepuasan konsumen. Ketika menggunakan go-jek, anda akan diberikan jaket, penutup kepala, helm, dan masker. Selain itu para *driver* juga diajari bagaimana menggunakan aplikasi go-jek.

Untuk keuntungan, terdapat pembagian hasil, 20% untuk perusahaan, 80% untuk *driver*. Go-jek/go-car tak hanya melayani antar jemput orang saja. Tetapi juga bisa mengirimkan paket, memesan makanan dan minuman dan masih banyak lagi.

Fitur dan layanan yang diberikan Go-jek adalah Kurir Instan (*GO-SEND*), Transportasi (*GO-RIDE*), Pesan makanan (*GO-FOOD*), Berbelanja (*GO-MART*), Antar barang banyak/besar (*GO-BOX*), Bersih-bersih (*GO-CLEAN*), Kecantikan (*GO-GLAM*), Pijat/refleksi (*GO-MASSAGE*), Jadwal Transjakarta, dan pengantaran dari/ke halte terdekat (*GO-BUSWAY*), Pesan tiket (*GO-TIX*), Transportasi Mobil (*GO-CAR*).

Sementara itu Grab adalah sebuah perusahaan asal Singapura yang melayani aplikasi penyedia transportasi dan tersedia di enam negara di Asia Tenggara, yakni Malaysia, Singapura, Thailand, Vietnam, Filipina, dan Indonesia. Pendiri sekaligus CEO Grab bernama Anthony Tan. Antony Tan lulusan dari *Harvard Business School* untuk *Master of Business Administration* (MBA). Sejak diluncurkan pada 2012, aplikasi Grab telah diunduh lebih dari 13 juta perangkat di seluruh Asia Tenggara. Lebih dari 250.000 pengemudi di jaringan Grab, termasuk seluruh layanan di bawah aplikasi Grab, telah menggunakan aplikasi ini untuk menerima pemesanan layanan transportasi di Malaysia, Singapura, Thailand, Vietnam, Filipina, dan Indonesia. Aplikasi Grab dan seluruh layanannya saat ini tersedia di 30 kota di enam negara di Asia Tenggara.

Grab memiliki visi untuk merevolusi industri pertaksian di Asia Tenggara, sehingga dapat memberikan keamanan dan kenyamanan bagi pengguna kendaraan seantero Asia Tenggara. Hingga bulan Maret 2015, jumlah pengguna Grab mencapai 3,8 juta pengguna. Grab tersedia untuk sistem operasi Android, iOS, dan BlackBerry. Di Indonesia, Grab melayani pemesanan kendaraan seperti mobil, taksi, dan ojek. Saat ini Grab tersedia di seluruh Medan dan sekitarnya.

Kedua jenis taksi online berbasis aplikasi *handphone* dimana konsumen memesan ojek lewat sistem aplikasi di *handphone*. Dalam aplikasi sudah dapat

diketahui jarak, lama pemesanan, harga, nama orang yang menjemput, serta perusahaan pengelolanya. Seluruh identitas pengendara sudah diketahui secara pasti karena perusahaan pengelola telah melakukan proses verifikasi terlebih dahulu sebelum melakukan kerjasama kemitraan. Ketika menggunakan ojek online, anda akan diberikan jaket, penutup kepala, helm, dan masker.

Berbagai fitur dan layanan yang disediakan oleh taksi online ini menggambarkan bahwa kepuasan konsumen menjadi perhatian utama. Menurut Oliver (dalam Irawan, 2003), kepuasan adalah respon pemenuhan dari konsumen. Kepuasan adalah hasil dari penilaian konsumen bahwa produk atau pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan dimana tingkat ini bisa lebih atau kurang. Menurut Irawan (2003), kepuasan konsumen adalah persepsi terhadap produk atau jasa yang telah memenuhi harapannya. Karena itu konsumen tidak akan puas jika persepsinya tidak terpenuhi.

Berbagai faktor yang berperan dalam meningkatkan kepuasan konsumen, seperti yang dikemukakan Hannah dan Karp (dalam Trisno Musanto, 2004), yaitu yang berhubungan dengan produk, yang berhubungan dengan pelayanan dan yang berhubungan dengan pembelian. Penelitian ini berkaitan dengan pelayanan yang diterapkan oleh kedua jenis taksi online, grab dan go car. Tingkah laku yang sopan, cara menyampaikan sesuatu yang berkaitan dengan apa yang seharusnya diterima oleh orang yang bersangkutan, waktu penyampaian yang tepat, dan keramahannya, hal ini menggambarkan kualitas pelayanan yang dilakukan oleh taksi online.

Jadi proses penentuan suatu kualitas pelayanan yang diberikan merupakan penilaian dari penerima jasa berdasarkan sudut pandang dan persepsi pelanggan atas jasa pelayanan yang didapatkan. Persepsi penilaian konsumen terhadap

pelayanan yang diberikan merupakan penilaian menyeluruh dari suatu penilaian pelayanan yang diberikan sehingga dapat dikatakan bahwa suatu pelayanan yang berkualitas adalah pelayanan yang berdasarkan pada kepuasan konsumen. Jika suatu kepuasan tercipta maka persepsi suatu pelayanan yang berkualitas akan tumbuh.

Subjek penelitian ini adalah masyarakat yang mengikuti perkembangan teknologi, yang memiliki rasa ingin tahu terhadap kemajuan teknologi. Mereka cenderung untuk mencari bahkan membuat inovasi-inovasi terbaru di bidang teknologi. Masyarakat menjadi mudah terpengaruh dengan apa yang sering marak pada saat itu, misalnya menggunakan aplikasi go-car maupun grab. Mereka pasti akan mengikuti dan mencoba layanan aplikasi go-car maupun grab tersebut. Layanan go-car maupun grab ini membuat masyarakat semakin mudah dan aman pergi kemanapun dengan ojek online berbasis aplikasi tersebut. Berikut kutipan wawancara yang dikutip dari salah satu mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Medan Area yang pernah menggunakan taksi online.

*“Semenjak ada aplikasi taksi online ini bang, saya mencoba menggunakan taksi online yang lagi banyak diperbincangkan banyak orang. Saya lebih mudah pergi kekampus. Lebih hemat waktu dan hemat biaya juga. Cocok untuk anak kos dan perantauan yang belum punya kendaraan seperti saya bang. Dan driver taksi online nya juga ramah dan sopan. Driver taksi online juga tidak ugal-ugalan dan tertib lalu lintas bang. Aplikasi taksi onlinenya juga bagus dan cocok untuk anak muda seperti saya bang”
(wawancara pada tanggal 7 Desember 2016)*

Selanjutnya berdasarkan hasil observasi dan pengakuan dari beberapa orang masyarakat yang selalu menggunakan taksi online. Ini merupakan sebuah fenomena dimana masyarakat menginginkan layanan sesuai dengan yang diharapkan. Taksi berbasis online memberikan kemudahan bagi masyarakat yang membutuhkan kendaraan. Berdasarkan fenomena yang peneliti lihat selama

melakukan observasi dan wawancara, bahwa ada konsumen yang menyatakan puas dengan layanan go car, namun tidak sedikit konsumen yang mengaku senang dengan layanan grab. Konsumen yang mengaku puas dengan layanan go-car disebabkan harga atau ongkos yang lebih murah dibandingkan grab. Informasi yang peneliti peroleh dari beberapa orang yang menggunakan taksi go car, mereka akan terus menggunakan jasa go car karena harga yang relatif lebih murah.

Berikut adalah petikan wawancara dari konsumen go car yang berinisial Y:

“.....saya senang menggunakan taksi go car bang.....karena yaaa...lebih murah..... Ini cocok dengan keadaan saya yang lagi susah tapi butuh kendaraan untuk menyelesaikan pekerjaan.....” (wawancara tanggal 20 Maret 2017).

Petikan wawancara lainnya pada konsumen yang menggunakan jasa go car, berinisial A:

“.....Go car selalu saya pakai karena tarif mereka lebih murah dan terjangkau....para driver bersikap ramah terhadap konsumen. Dengan menaiki go car saya merasa aman di perjalanan sampai ke tempat tujuan....” (wawancara tanggal 2 April 2017).

Sementara menurut para konsumen grab, mereka senang karena layanan grab lebih cepat. Konsumen grab merasa puas karena armada taksi yang mereka butuhkan cepat menjemput mereka meskipun harga sedikit lebih mahal dibandingkan taksi go car. Berikut adalah petikan wawancara dari seorang konsumen grab yang berinisial M:

“.....Grab menurut saya bang adalah pilihan terbaik menggunakan angkutan. Layanan mereka para driver bagus. Mereka ramah, cepat sampai meskipun harga sedikit lebih mahal. Tapi saya kagum dengan layanan mereka....” (wawancara tanggal 21 Maret 2017).

Petikan wawancara lainnya pada konsumen grab dengan inisial R:

“.....grab menurut saya bagus...lebih bagus dari go car....layanan mereka memuaskan. Driver bertanya dengan sopan...menawarkan permen

kepada penumpang....setiap kali selesai mengantar penumpang, driver selalu mengucapkan terima kasih.....” (wawancara tanggal 2 April 2017).

Berdasarkan uraian dan fenomena-fenomena di atas, terlihat bahwa masing-masing konsumen mengunggulkan taksi online yang sering mereka gunakan. Namun dari beberapa konsumen yang peneliti temui, mereka lebih merasa puas dengan layanan yang diberikan oleh taksi online grab dibandingkan go car. Hal lain yang dirasakan oleh konsumen adalah kecepatan taksi online menjemput konsumen. Artinya konsumen tidak perlu menunggu lama datangnya taksi yang mereka pesan. Kondisi ini menggambarkan bahwa taksi online mengutamakan layanan yang memuaskan bagi konsumen. Sementara itu bagi taksi online go car, setelah konsumen menggunakan kedua taksi online tersebut, konsumen sering kecewa dengan layanan yang diberikan oleh go car. Driver go car terkadang merasa kesulitan menjangkau posisi konsumen sehingga sering terlambat menjemput konsumen. Oleh sebab itu, peneliti akan menganalisis perbedaan kepuasan konsumen antara taksi online go-car dengan grab.

B. Identifikasi Masalah

Salah satu cara untuk memuaskan konsumen adalah memberikan pelayanan dengan sebaik-baiknya. Kepuasan konsumen merupakan salah satu kondisi yang harus diberikan diperhatikan. Kepuasan konsumen didasari oleh kualitas pelayanan yang baik. Berdasarkan fenomena yang terlihat di lapangan terdapat perbedaan kepuasan konsumen antara taksi online grab dengan go car. Dari pengakuan beberapa konsumen yang peneliti temui, mereka menyatakan lebih merasa puas setelah mereka menggunakan jasa taksi online grab.

C. Batasan Masalah

Dalam penelitian ini, penulis akan membatasi masalah yang akan diteliti agar penelitian menjadi lebih terfokus dan dapat menjawab permasalahan penelitian dengan lebih efektif dan efisien. Adapun batasan masalah dalam penelitian ini yang menjelaskan tentang kepuasan konsumen antara go-car dengan Grab pada konsumen pengguna jasa transportasi berbasis aplikasi *handphone*. Kepuasan konsumen seperti yang dikemukakan Kotler (2002) sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang sebagai hasil dari perbandingan antara prestasi dan atau produk yang dirasakan dengan yang semula diharapkannya. Sementara itu taksi online adalah jasa pelayanan transportasi berbasis *hanphone*, yakni grab dan go car. Subjek penelitian ini adalah para konsumen yang menggunakan jasa transportasi berbasis *hanphone*.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan paparan latar belakang di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah ada perbedaan kepuasan konsumen pengguna grab dengan go-car di Kota Medan?

E. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbedaan kepuasan konsumen pengguna grab dengan go-car di Kota Medan.

F. Manfaat Penelitian

Dalam manfaat penelitian, terdiri dari dua macam, yakni manfaat teoritis dan manfaat praktis.

1. Manfaat Teoritis

- a. Manfaat teoritis dari penelitian ini ditujukan bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya psikologi industri dan organisasi yang berkaitan dengan kepuasan konsumen.
- b. Diharapkan dari penelitian ini dapat memberikan sumbangan atau referensi bagi pembaca khususnya untuk psikologi industri dan organisasi sehingga dapat dijadikan referensi bagi peneliti selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

- a. Manfaat praktis penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan pengalaman kepada pembaca untuk melakukan teknik pemasaran yang efisien dan tepat sasaran.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai suatu gambaran tentang kepuasan konsumen, serta memberikan referensi untuk memperbaiki dan meningkatkan kepuasan konsumen.
- c. Bagi pengelola takni online, baik grab maupun go car diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai pedoman untuk memperbaiki kinerja dan teknik pemasaran sehingga hasilnya dapat lebih baik.
- d. Bagi peneliti berikutnya, hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai langkah awal untuk melanjutkan penelitian dengan mencari faktor-faktor lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen.