

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era globalisasi yang seperti sekarang ini, transportasi menjadi salah satu hal yang terpenting dalam kehidupan sehari-hari, apalagi di daerah yang mulai ramai penduduk atau di daerah perkotaan. Transportasi merupakan salah satu alat bantu bagi setiap orang dalam menyelesaikan segala urusannya. Transportasi adalah alat yang memindahkan manusia dan barang dari satu titik ke titik lainnya di sepanjang sarana perhubungan (Khisty & Lall 2003). Semakin tertanya transportasi di suatu wilayah tersebut, tentunya semakin bagus pula tingkat perekonomiannya. Melihat dari semakin meningkatnya pertumbuhan penduduk maka sangat mempengaruhi kebutuhan akan jasa transportasi. Hal inilah yang menyebabkan semakin berkembangnya dunia bisnis di sektor jasa transportasi.

Pada saat ini banyak sekali terjadi masalah-masalah dalam dunia transportasi khususnya antara transportasi *online* dan konvensional. Seperti yang kita ketahui, tidak sedikit lagi orang-orang yang berpindah untuk menggunakan jasa transportasi *online*, selain karena tarifnya yang murah, transportasi *online* juga lebih mudah diakses dan cepat. Hal inilah yang membuat para pengendara transportasi konvensional merasa kehilangan pelanggan sehingga terjadi masalah. Beberapa transportasi konvensional melakukan demo besar-besaran, alasannya karena masalah ekonomi. Menjadi pengendara transportasi *online* maupun konvensional semata-mata

karena ingin menghidupi kehidupan mereka masing-masing, tetapi perkembangan transportasi umum berbasis *online* merupakan suatu hal yang tidak bisa dihindari, karena para penyedia jasa *online* menyediakan fasilitas transportasi yang lebih murah dan nyaman dibandingkan dengan moda transportasi konvensional yang telah ada di tengah masyarakat.

Seiring dengan berkembang pesatnya teknologi informasi dan komunikasi, teknologi transportasi pun tidak kalah berkembang pesat, Banyak sekali bermunculan jasa transportasi *online* di Indonesia salah satunya seperti Gojek, Grab, Uber dan lain-lain. Menurut (Tjiptono,2012) bagi suatu jasa, *outcome* bukan merupakan suatu hasil *output*, melainkan modifikasi dari pelayanan yang sudah ada.

Gojek merupakan layanan penyedia jasa transportasi *online* khususnya sepeda motor, Gojek menjadi salah satu solusi utama jika seseorang membutuhkan pelayanan yang cepat dan tepat. Gojek awal didirikan pada tahun 2010 sebagai layanan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dengan cepat. Gojek telah berkembang menjadi *platform mobile on-demand* dan aplikasi terdepan dimasa kini, menyediakan berbagai layanan yang mencakup transportasi, logistik, pembayaran mobile, pengiriman makanan atau barang, dan banyak layanan *on-demand* lainnya.

Aplikasi Gojek telah diterima oleh banyak kalangan masyarakat, karena aplikasi ini memiliki sistem yang sangat mudah untuk digunakan dan penyajian informasinya pun tersusun dengan baik. Gojek adalah suatu perusahaan teknologi dengan misi sosial untuk meningkatkan kesejahteraan

dan mata pencaharian pekerja di berbagai sektor informal di Indonesia. Adapun beberapa nilai penting yang menjadikan Gojek sebagai juara yakni kecepatan, inovasi dan dampak sosial. Pada tabel 1.1 menjelaskan beberapa pelayanan yang ditawarkan oleh Gojek, sebagai berikut:

Tabel 1. 1
Jenis & Fungsi Layanan Gojek

Jenis	Fungsi
<i>Go-Ride</i>	Menawarkan jasa antar-jemput khususnya menggunakan motor.
<i>Go-Car</i>	Menawarkan jasa antar-jemput khususnya menggunakan mobil.
<i>Go-Food</i>	Menawarkan jasa membeli dan mengantarkan pesanan makanan atau minuman.
<i>Go-Send & Go-Box</i>	Menawarkan jasa antar-jemput pengiriman barang dalam bentuk kecil maupun besar khususnya dalam kota. Bedanya <i>Go-Send</i> , maksimal 20kg dengan ukuran 70x50x50 cm karena menggunakan motor.
<i>Go- Pulsa</i>	Membelikan pulsa atau mobile data dengan jumlah yang diinginkan. Pelanggan hanya di minta mengisi nomor telepon dan jenis pembelian, kemudian pembayaran melalui <i>Go-Pay</i> .
<i>Go-Bills</i>	Menawarkan jasa pembayaran tagihan khususnya tagihan listrik/ PLN, BPJS, PDAM, Tv Kabel dan Internet, dll.
<i>Go-Shop & Go-Mart</i>	Memiliki fungsi yang sama yaitu menawarkan jasa membelanjakan kebutuhan apa saja yang telah di <i>list</i> oleh <i>customer</i> dan mengantarkannya langsung ke alamat yang telah ditentukan. Bedanya <i>Go-Shop</i> , barang atau makananya tidak terdaftar sehingga pengguna menginput dan menyesuaikan lokasi sendiri.
<i>Go-Massage & Go-Glam</i>	Menawarkan jasa bagi yang membutuhkan perawatan tubuh dan kecantikan.
<i>Go-Tix</i>	Menawarkan jasa penyediaan tiket nonton film, konser besar, <i>fun activities</i> , dan beberapa tiket besar lainnya.
<i>Go-Auto</i>	Menawarkan jasa dalam memperbaiki kendaraan roda 2 dan roda 4.
<i>Go-Med</i>	Menawarkan jasa pembelian obat, vitamin dan kebutuhan kesehatan lainnya.
<i>Go-Busway</i>	Menawarkan jasa pembelian tiket <i>busway</i> (untuk

Jenis	Fungsi
	daerah yang menyediakan jasa transportasi (<i>busway</i>).
<i>Go-Points</i>	Merupakan program loyalti untuk pengguna GoPay.
<i>Go-Nearby</i>	Sebuah layanan direktori yang menghubungkan <i>merchant</i> Go-food dengan para pengguna Gojek.
<i>Go-Laundry</i>	Menawarkan jasa untuk mencuci dan menyetricadengan sistem antar-jemput.
<i>Go-Clean</i>	Menawarkan jasa bagi pelanggan yang ingin membersihkan ruangan rumah/ kantor, dll.
<i>Go-Fix</i>	Menawarkan jasa perbaikan dan perawatan alat elektronik langsung ke rumah.
<i>Go-Daily</i>	Menawarkan jasa pemesanan dan pengantaran berbagai kebutuhan harian seperti, air minum, gas, beras, dll.
<i>Go-Deals</i>	Sebuah layanan yang membantu pelanggan untu mendapatkan penawaran yang menarik atau voucer untuk berbagai kategori.

Tabel 1.1 diatas menunjukkan beberapa jenis pelayanan yang ditawarkan oleh perusahaan Gojek, Gojek merupakan perusahaan ojek *online* nomor 1 di Indonesia, melihat dari beberapa jenis pelayanan tersebut perusahaan Gojek telah mampu memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan para pelanggan, dan memberikan rasa kepercayaan kepada pelanggan yang menggunakan aplikasi dari Gojek sehingga pelanggan Gojek selalu merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. Dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik, pelangganpun menjadi puas dalam menggunakan jasa-jasa yang ditawarkan. Menurut (Tjiptono, 2008) kualitas layanan adalah salah satu kunci utama dalam menentukan sukses atau gagalnya suatu bisnis. Selain memberikan layanan yang terbaik, juga penting untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan karena kepercayaan merupakan faktor penting dalam interaksi bisnis-pelanggan dan merupakan aspek penting dalam perdagangan elektronik (Grabner-Kruter & Faullant, 2008).

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dipaparkan, maka penulis mengambil penelitian dengan judul **“Pengaruh *E-Service Quality* dan *E-Trust* terhadap *E-Satisfaction* Pada Penyedia Jasa Transportasi Online (Studi pada Pengguna Aplikasi Gojek)”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dituliskan, dapat ditemukan beberapa masalah yang dialami oleh perusahaan Gojek, di antara lain :

1. Apakah *e-service quality* berpengaruh signifikan terhadap *e-satisfaction* pada konsumen Gojek Indonesia?
2. Apakah *e-trust* berpengaruh signifikan terhadap *e-satisfaction* pada konsumen Gojek Indonesia?
3. Apakah *e-service quality* berpengaruh signifikan terhadap *e-trust* pada konsumen Gojek Indonesia?
4. Apakah *e-service quality* berpengaruh signifikan terhadap *e-satisfaction* dengan *e-trust* sebagai mediasi?

A. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh *e-service quality* terhadap *e-satisfaction* pada konsumen Gojek Indonesia
2. Untuk menganalisis pengaruh *e-trust* terhadap *e-satisfaction* pada konsumen Gojek Indonesia.
3. Untuk menganalisis pengaruh *e-service quality* terhadap *e-trust* pada konsumen Gojek Indonesia.
4. Untuk menganalisis pengaruh *e-service quality* terhadap *e-satisfaction* dengan *e-trust* sebagai mediasi.

C. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan memberikan pengetahuan yang lebih terhadap *e-service quality* dan *e-trust* terhadap *e-satisfaction*. Penelitian mengenai *e-service quality* telah banyak dilakukan di luar negeri dengan beragam objek yang berbeda.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan Gojek dalam pengelolaan dan penyusunan strategi khususnya *e-service quality*.

b. Bagi Pelaku/ Driver

Para pelaku/ *driver* Gojek di Indonesia juga diharapkan dapat meningkatkan kualitas kinerja.

c. Bagi Pengguna/ *Customer*

Hasil dari penelitian ini diharapkan juga dapat memudahkan pelanggan untuk mendapatkan pelayanan yang diinginkan dari aplikasi Gojek.

d. Bagi Peneliti

Hasil dari penelitian ini untuk menambah pengetahuan mengenai kepuasan dan kualitas layanan seperti apa yang menjadi faktor pendukung untuk Gojek, dan juga dapat mengevaluasi pelayanan Gojek di kota Yogyakarta.