

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kemajuan dalam bidang teknologi informasi telah membuat berbagai bidang usaha mengalami perubahan, baik dalam usaha sektor produksi, perdagangan dan jasa transportasi. Salah satunya adalah keberadaan bisnis *online* di bidang transportasi yaitu transportasi *online* yang dapat dipesan secara *online* melalui aplikasi android (Amajida, 2016). Transportasi *online* meliputi kendaraan roda dua dan juga menggunakan mobil atau yang sering disebut *taxi online*, yang pada awalnya pengguna jasa transportasi memesan via telpon tetapi saat ini terdapat transportasi yang dapat dipesan dan dibayar secara sistem daring. Sistem daring (*online*) yang salah penyedia jasa *taxi daring* adalah Go-Car.

Go-car termasuk dalam salah satu fitur layanan dari PT. Go-jek Indonesia yang merupakan perusahaan di bidang bisnis transportasi *online*. PT Go-jek Indonesia berdiri pada tahun 2010 yang mengembangkan aplikasi berbasis android yang didirikan oleh Michaelangelo Maron dan Nadiem Makarim. Perusahaan ini bertujuan untuk menghubungkan ojek dengan penumpang melalui aplikasi *online* (Putri dan Mahendra, 2017). Go-Car memudahkan konsumen dalam memesan jasa transportasi melalui aplikasi di *handphone* dan konsumen langsung mengetahui jarak, lama pemesanan, harga, nama orang yang menjemput serta dapat melakukan kontak langsung

dengan pengemudinya. Seluruh identitas pengendara diketahui karena perusahaan pengelola telah melakukan proses verifikasi terlebih dahulu sebelum melakukan kerjasama kemitraan.

Perkembangan bisnis transportasi online ini membuat bermunculan pesaing atau kompetitor baru. Beberapa pesaing Go-Car mulai bermunculan seperti Grab. Meningkatnya persaingan, membuat Go-Car perlu terus meningkatkan keunggulan bersaingnya dengan cara meningkatkan memenangkan hati pelanggan dengan memberikan pelayanan yang baik untuk membuat konsumen puas (Laurent, 2016). Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan adalah faktor keberhasilan dari suatu perusahaan untuk mencapai keunggulan bersaing (Sawitri, dkk., 2013).

Berbagai faktor yang berperan dalam meningkatkan kepuasan konsumen, salah satunya adalah keamanan. Fenomena transportasi *online* memberikan solusi terhadap kekhawatiran masyarakat tentang kemacetan dan tentang jaminan keamanan. Anindhita, dkk (2016) menyatakan bahwa transportasi *online* diminati masyarakat karena memiliki aplikasi berbasis data, dimana konsumen dapat mengetahui identitas pengemudi, hal ini menunjukkan bahwa transportasi *online* mengedepankan faktor keamanan pengguna. Kurniati (2017) juga menyatakan bahwa layanan ojek *online* hanya bisa diperoleh dengan pemesanan via aplikasi transportasi *online* sehingga pelanggan dapat memastikan keamanan dan akuntabilitasnya.

Transportasi *online* harus menyadari bahwa kunci sukses dalam melakukan bisnis dibidang jasa ini adalah pelayanan yang baik kepada

konsumen untuk dapat memperoleh *image* yang baik yaitu dengan cara memperhatikan faktor kenyamanan yang menunjang kecepatan, kelancaran perjalanan transportasi (Utami, 2009). Baik tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten. Penyedia jasa transportasi selalu berusaha memberikan keselamatan, ketepatan waktu, pelayanan dan kenyamanan yang terbaik bagi penumpang (Ningsih dan Suryalena, 2018).

Penentuan tarif atau harga juga merupakan salah satu dari keputusan yang paling penting yang dihadapi penyedia jasa transportasi *online*. Harga bagi konsumen merupakan sumber kepuasan. Lenzun, dkk (2014) menyatakan bahwa harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Mar'ati (2016) menyatakan bahwa harga dapat dilihat dari kesesuaian antara suatu pengorbanan dari konsumen terhadap nilai yang diterimanya setelah melakukan pembelian, dan dari situlah konsumen akan mempersepsikan produk atau jasa tersebut. Persepsi yang positif adalah hasil dari rasa puas akan suatu pembelian yang dilakukannya, sedangkan persepsi yang negatif merupakan suatu bentuk dari ketidakpuasan konsumen atas produk atau jasa yang dibelinya.

Beberapa penelitian terdahulu telah melakukan penelitian tentang faktor yang dapat mempengaruhi konsumen, diantaranya adalah Zakaria dan Astuti (2013) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Antasari, dkk (2013) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa keamanan berpengaruh

postif dan signifikan terhadap kepuasan. Heidari, *et al.*, (2016) dalam penelitiannya menunjukkan kenyamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis tertarik melakukan peneliti dengan mengambil judul "***Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Taksi Online (Go-Car) Di Kota Surakarta***"

B. Perumusan Masalah

Dari sekian banyak penjelasan- penjelasan yang terdapat pada latar belakang masalah, maka rumusan masalah- masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh keamanan terhadap kepuasan konsumen taksi online go-car di kota surakarta?
2. Bagaimana pengaruh kenyamanan terhadap kepuasan konsumen taksi online go-car di kota surakarta?
3. Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen taksi online go-car di kota Surakarta?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh keamanan terhadap kepuasan konsumen taksi online go-car di kota surakarta?

2. Untuk menganalisis pengaruh kenyamanan terhadap kepuasan konsumen taksi online go-car di kota surakarta?
3. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen taksi online go-car di kota surakarta?

D. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini di harapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis dan paktis, yaitu antaranya :

1. Manfaat teoritis
 - a. Memberikan informasi kepada perusahaan mengenai apa yang di harapkan oleh konsumen mengenai keamanan, kenyamanan, dan harga ketika menggunakan jasa taksi online go-car
 - b. Agar konsumen mendapatkan jaminan keamanan, kenyamanan, dan harga saat menggunakan taksi online
 - c. Konsumen lebih merasakan pengaruh perubahan kebijakan yang di buat oleh perusahaan
2. Manfaat praktis
 - a. Bagi para akademisi, penelitian ini di harapkan mampu memberikan bukti empiris mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen taksi online di kota surakarta
 - b. Bagi perusahaan, sebagai masukan bagi perusahaan untuk meningkatkan kinerja mitra atau driver taksi online di kota Surakarta.