

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Era globalisasi pertumbuhan penduduk begitu pesat, banyak perubahan dan kebutuhan masyarakat yang bertambah. Kondisi ini membuat masyarakat harus bisa bekerja dan melakukan segala aktivitas lainnya secara cepat, tepat dan efisien. Hal ini memunculkan persaingan dalam dunia bisnis menjadi sangat begitu keras, baik dalam sektor nasional ataupun dalam sektor internasional. Masalah lain yang muncul dari pertumbuhan penduduk ini juga terjadi pada mobilitas masyarakat.

Menurut Alves Abreu & de Oliveira (2014) Permasalahan yang melekat pada mobilitas diperkotaan sangat banyak yaitu terbukti waktu saat ini. Terutama disebabkan oleh pertumbuhan perkotaan yang kurang tertata, beberapa orang memperhatikan perkotaan yang mana kurangnya investasi dalam bidang transportasi publik. Penduduk telah banyak menderita akibat kelalaian dari pemerintah dan pihak yang berwenang di paksa untuk menemukan cara yang lebih cepat dan tepat guna untuk meringankan kekacauan dalam meningkatkan kualitas hidup.

Mobilitas tersebut menuntut sektor bisnis untuk melakukan perkembangan dan perubahan baru agar dapat memenuhi segala kebutuhan masyarakat, antara lain yaitu dalam bidang bisnis yang berperan yang terbilang krusial dalam menyokong aktivitas masyarakat kesehariannya adalah dibidang transportasi

terutama transportasi darat. Pelayanan transportasi darat menjadi salah satu upaya masyarakat pada umumnya dalam mengatasi masalah kesenjangan jarak untuk melakukan bermacam aktifitas di keseharian.

Mangifera dan Dewi (dalam Mangifera & Isa 2017) mengatakan bahwa transportasi darat merupakan sarana utama masyarakat untuk mengefektifkan pekerjaan dan membantu dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Masyarakat sangat tergantung pada transportasi darat dengan alasan utama untuk mempersingkat waktu perjalanan aktivitas mereka. Kemajuan teknologi dalam bidang komunikasi yang sangat cepat mengakibatkan transformasi integritas suatu masyarakat.

Melihat keberadaan jasa transportasi pada saat ini yang ditawarkan pemerintah untuk masyarakat masih dianggap kurang memadai. Banyak masyarakat yang masih sering mengeluh tentang angkutan umum yang mereka gunakan, yang sering dirasakan oleh masyarakat, di antaranya kurang armada atau kendaraan dari suatu tempat ketempat lainnya, lalu terkadang supir memaksa penumpang yang akan naik, sehingga terjadi kelebihan beban yang sering menyebabkan terjadinya kecelakaan ditanggung oleh kendaraan.

Transportasi darat menjadi salah satu sektor yang menjadi perhatian oleh pemerintah dan para pemakai pelayanan dalam bidang transportasi. Di lihat dari keperluan masyarakat yang begitu besar akan mode transportasi, maka perusahaan-perusahaan BUMN atau pun perusahaan Non BUMN yang dibawah naungan ORGANDA (Organisasi Angkutan Darat) merekomendasikan beragam alternatif pemakaian alat transportasi darat seperti halnya bus, mini bus, taksi,

kereta api, MRT atau LRT, maupun ojek. Hal tersebut bermaksud agar mempersingkat perjalanan dan memudahkan mobilitas bagi masyarakat pengguna transportasi umum.

Transportasi umum yang berada di Kota Surakarta sangatlah beragam dari mulai becak, bus, taksi, angkutan umum dan lainnya. Alhasil dari berkembangnya Kota Surakarta memunculkan permasalahan baru yaitu kemacetan jalan raya dan pertumbuhan angka transportasi milik pribadi baik berupa kendaraan bermotor maupun mobil yang meningkat setiap tahunnya. Dari hal demikian menimbang tentang transportasi yang kian memadat, ojek online hadir untuk memecah masalah yang ada di kota-kota besar di Indonesia dan salah satunya adalah Kota Surakarta.

Salah satu transportasi umum yang menjadi primadona diperkotaan saat ini adalah ojek. Ojek merupakan taksi sepeda motor informal yang dapat membawa satu penumpang serta dapat digunakan sebagai layanan pengiriman barang kecil dan dokumen. Ojek yang beroperasi sebagai “perusahaan bebas” yang tanpa lisensi atau konsesi yang diberikan untuk angkutan umum. Layanan telah hadir di wilayah di Indonesia, di mana setiap orang dapat dan naik menemukan mereka dengan hanya memanggil sopir yang sedang lewat. Tidak ada rute tetap berhenti atau pangkalan, meskipun kelompok ojek konvensional dapat dilihat di sekitar hub transportasi dan di sudut-sudut jalan di daerah komersial (Medeiros dkk, 2018).

Menurut Rifaldi dkk (2016) bermula dari ramainya jasa transportasi yang ada, menjadikan kian piawai dalam persaingan yang ada didepan mata oleh para

sopir ojek. Seumpama kita telaah lebih dalam lagi ada banyak hal yang mestinya diperbaiki dalam servis ojek yang ada saat ini khususnya masalah kesopanan, keselamatan dan kelaziman harga layanan jasa. Permasalahan harga yang mayoritas menjadi beban penumpang. Sopir ojek mematok tarif harga yang semauanya sendiri. Biaya yang dibebankan oleh ojek untuk jarak dekat tidak terpaut berbeda dengan jarak jauh dengan taksi konvensional. Keadaan demikian hadirnya gagasan perusahaan ojek yang berbasis *online* yang dikelola secara profesional, dengan menghadirkan *call center* dan kantor. Pelayanan yang dihadirkan memang lebih terukur seperti etika kesopanan pengendara, standar keselamatan dan termasuk biaya atau ongkos yang sudah baku.

Ojek *online* sendiri termasuk dalam model mobilitas masyarakat berbasis *ride sharing*. Menurut Watanabe dkk (dalam Silalahi dkk, 2017) menjelaskan bahwa *Ride Sharing* adalah permintaan layanan yang menghubungkan penumpang dan pemilik kendaraan (*driver*) secara *real time* menggunakan teknologi *mobile*. Jasa transportasi *online* atau *ride sharing* sekarang menjadi sarana umum bagi orang untuk memenuhi kebutuhan komuter mereka. Menurut Clarke III (dalam Silalahi dkk,2017) jasa transportasi secara *online* merupakan bagian dari layanan *m-commerce* yang didefinisikan sebagai transaksi yang dilakukan di jaringan *mobile*. Dalam *m-commerce*, konsumen atau pengguna dapat menempatkan pesanan produk atau jasa melalui internet tanpa menggunakan PC (*Personal Computer*).

Pertumbuhan yang cepat dari *ride-sharing* telah merubah beberapa moda transportasi, salah satunya industri taksi. Peraturan pada transportasi ini

menyebabkan pembatasan reaksi potensi yang kompetitif. Harga diatur dan tidak bisa mengubah kebiasaan sopir taksi untuk menurunkan harga. Meski begitu, *driver* mungkin menanggapi dengan mencoba untuk menawarkan kualitas yang lebih tinggi dengan fitur yang mereka gunakan. Peningkatan kualitas ini misalnya, menjadi lebih sopan kepada penumpang dengan mematikan radio, tidak menelepon saat mengemudi dan lain sebagainya. Jika *ride sharing* telah menghasilkan jenis respon kompetitif dengan taksi, kemudian bahkan konsumen yang tidak menggunakan *ride sharing* dapat diuntungkan (Wallsten, 2015).

Rifaldi dkk (2016) mengatakan bahwa bidang jasa transportasi darat yang berbasis aplikasi *online* sangat memudahkan segala aktifitas masyarakat sehingga menjadi cepat dan efisien. Sorotannya yaitu bidang usaha dalam bentuk jasa yang sedang naik daun adalah bidang usaha jasa transportasi dengan menggunakan kendaraan bermotor yang sering kita kenal dengan nama ojek. Ojek dahulu dengan yang sekarang memang tidak jauh beda sama-sama menjual jasa, namun dengan era perkembangan internet yang semakin maju, ojek yang dulunya secara konvensional mengantarkan orang ke tempat satu ke tempat lainnya. Sekarang disulap menjadi suatu bidang usaha yang menguntungkan dalam penyediaan servis transportasi untuk masyarakat yang dijalankan secara profesional dan tentunya yang bisa memenuhi kebutuhan masyarakat yang semakin banyak dan beragam.

Wiratri (dalam Magnifera & Isa, 2017) mengemukakan bahwa ojek *online* ini menjawab kekhawatiran masyarakat dengan kelebihan aplikasi berbasis data, dimana masyarakat bisa mengetahui identitas pemilik kendaraan (*driver*). Salah

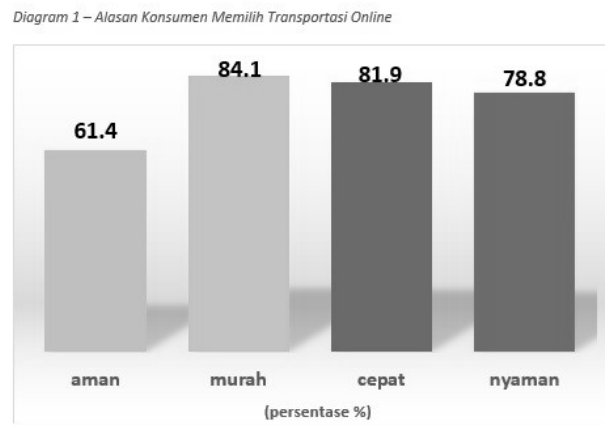
satu kelebihan layanan ojek online adalah masyarakat bisa mengetahui siapa yang akan menjadi pemilik kendaraan (*driver*) ojek pesanannya, lengkap dengan data diri pemilik kendaraan (*driver*) bersangkutan. Dalam aplikasinya, ojek Online ini sangat mengedepankan faktor keamanan si pengguna. Biasanya di dalam aplikasi sudah tersedia informasi lengkap tentang pengendara seperti nama, kontak, dan foto pengendara. Kemudian layanan Ojek ini hanya bisa didapatkan melalui pemesanan via aplikasi ojek online, sehingga konsumen dapat memastikan keamanan dan akuntabilitasnya.

Penelitian yang dilakukan oleh Barlow & Clark (dalam Lierop dkk, 2017) mengungkapkan bahwa bukan hanya mendapati pengguna transportasi umum berkurang dengan usia, tetapi juga bahwa kelompok yang memiliki penggunaan yang lebih tinggi di masa muda mereka cenderung berkurang menggunakan mode transportasi umum mereka kurang dari kelompok yang lebih mengandalkan mode lainnya ketika mereka masih muda. Temuan ini agak mempunyai arti dan berguna, karena mereka menunjukkan bahwa penumpang abadi melalui loyalitas berkelanjutan dapat distimulasi melalui penerapan kebijakan yang menjawab kebutuhan perubahan mobilitas pengguna transportasi umum karena mereka melanjutkan melalui perubahan gaya hidup. Selain itu, pengendara baru juga akan selalu membuat sebuah proporsi pasar angkutan umum.

Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) telah melakukan survei pada bulan April 2017 dengan melibatkan 4.668 survei yang didominasi oleh usia kerja atau dengan kata lain bahwa kehadiran transportasi *online* banyak dimanfaatkan oleh mereka yang berusia produktif. Menurut survei YLKI tahun

2017 alasan konsumen menggunakan transportasi aplikasi online secara umum beranggapan bahwa transportasi online lebih murah (84,1 persen) dan lebih cepat (81,9 persen).

Gambar 1.1. Diagram Alasan Konsumen Memilih Transportasi Online



Berdasarkan diagram terlihat bahwa faktor harga menjadi pertimbangan mayoritas konsumen. Responden beranggapan transportasi online lebih murah jika disandingkan dengan tarif moda transportasi konvensional. Di urutan kedua, konsumen memilih transportasi *online* karena dianggap lebih cepat dan lain sebagainya.

Salah satu perusahaan karya anak bangsa yang berbasis ojek online yang sedang meningkat pesat adalah PT. Aplikasi Karya Anak Bangsa atau yang lebih dikenal dengan GOJEK. Tujuan pendirian usaha ini untuk mengurangi pengangguran di Indonesia dan menjadi solusi kemacetan. PT. Aplikasi Karya Anak Bangsa atau yang lebih dikenal GOJEK dengan memanfaatkan akses teknologi *smartphone* bisa menjadi bisnis menjanjikan dan memberikan kemudahan bagi pengguna atau konsumen. GOJEK Indonesia didirikan pada tahun 2010 oleh Nadiem Makarim.

Perusahaan ini bergerak di bidang jasa layanan transportasi sebagai perantara yang menghubungkan antara para pengendara ojek dengan konsumen. Melalui aplikasi ini, pengendara ojek dapat melihat order yang masuk dan lokasi pemesannya untuk ditanggapi, dan konsumen dapat memantau posisi pengendara ojek yang menanggapi *order*. Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) mengungkapkan pangsa pasar (*market share*) GOJEK di industri transportasi berbasis teknologi (*ride-hailing*) Indonesia mencapai hampir 80 persen.

Penelitian yang dilakukan oleh Lembaga Demografi Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Indonesia, tahun 2018, melibatkan 6.732 responden di 9 kota di Indonesia. GOJEK menyumbang sekitar Rp.44,2 triliun (US \$ 3 miliar) bagi perekonomian Indonesia pada akhir 2018. Mitra GOJEK yang bergabung dengan GOJEK, kualitas hidup mitra *driver* meningkat sekitar 100%. Mitra *driver* percaya bahwa dengan skema insentif dan kebijakan yang diterapkan GOJEK, mereka dapat menyejahterakan keluarga mereka. Sebagian besar dari mereka mengklaim bahwa mereka sekarang dapat menyekolahkan anaknya.

Ekosistem GOJEK menunjang pertumbuhan UMKM di Indonesia, Sebesar 93% mitra UMKM mengalami peningkatan volume transaksi, dan 55% mitra UMKM naik kelas dari sisi klasifikasi omzet. Layanan GoLife bermitra dengan lebih dari 60.000 penyedia layanan. Sejumlah 70% mitra GoLife adalah perempuan, 90% mitra GoLife merupakan lulusan SMA. Kemudian 1:20 penyedia layanan GoLife adalah talent difabel untuk layanan GoMassage dan GoAuto. Hal ini menunjukkan GOJEK berkomitmen terhadap prinsip kesetaraan dan non-diskriminasi bagi siapa aja yang mau bergabung ke dalam ekosistem GOJEK.

Kota Surakarta adalah kota terpadat ke tiga di pulau Jawa menurut jumlah penduduknya yang membentang seluas 44 Km². Kota bengawan nama lain dari Kota Surakarta adalah salah satu destinasi wisata bagi wisatawan domestik maupun mancanegara. Seiring perkembangan zaman Kota Surakarta menjadi salah satu pusat perdagangan di Jawa Tengah oleh karena itu perkembangan ekonomi setiap tahunnya semakin meningkat dilihat dari banyaknya para investor domestik maupun asing yang tertarik menanamkan modalnya di Kota Surakarta.

Data Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Surakarta pada tahun 2017 menyebutkan bahwa jumlah penduduk di Kota Surakarta menurut kelompok umur dan jenis kelamin berjumlah 516.102 jiwa, balita umur 0 – 4 tahun sejumlah 35.063 jiwa, kanak-kanak umur 5 – 9 tahun sejumlah 35.904 jiwa, remaja umur 10 – 24 tahun berjumlah 135.646 jiwa, dewasa umur 25 – 44 tahun berjumlah 151.444, lansia umur 45 – 64 tahun berjumlah 122.113, manula umur 65+ tahun berjumlah 35.932. Sedangkan menurut jenis kelaminnya, laki- laki berjumlah 250.896 jiwa sedangkan perempuan berjumlah 265.206 jiwa.

Maka dari itu dilihat dari latar belakang diatas, bahwa penulis merumuskan permasalahan dalam penelitian ini yaitu apakah terdapat perbedaan kepuasan konsumen ditinjau dari jenis kelamin dan frekuensi pada pengguna transportasi *online* GOJEK di Kota Surakarta.

B. Tujuan penelitian

Tujuan penelitian dengan judul kepuasan konsumen di tinjau dari jenis kelamin dan frekuensi pada mahasiswa pengguna transportasi online GOJEK di Kota Surakarta ini adalah untuk mengetahui perbedaan antara kepuasan konsumen di tinjau dari jenis kelamin dan frekuensi pada mahasiswa pengguna transportasi online GOJEK di Kota Surakarta.

C. Manfaat penelitian

Diperoleh dua manfaat dari penelitian yang berjudul kepuasan konsumen di tinjau dari jenis kelamin dan frekuensi pada mahasiswa pengguna transportasi *online* GOJEK di Kota Surakarta ini yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat mempersembahkan kontribusi pada berbagai bidang psikologi, diantaranya adalah Psikologi Industri dan Organisasi serta Psikologi Pemasaran.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi informasi dan masukan bagi penyedia jasa layanan transportasi *online* GOJEK di Kota Surakarta untuk mengembangkan dan memberikan pelayanan yang terbaik serta memuaskan untuk pengguna jasa transportasi *online* .