BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pemerintah berencana menangguhkan pengoperasian ojek online di masa tatanan kehidupan new normal, salah satu perusahaan ojek online gojek mengaku siap untuk mengikuti aturan pemerintah. Nila Marita selaku Chief Corporate Affairs Gojek, siap mendukung keputusan pemerintah terkait pelaksanaan new normal di tengah wabah virus corona ini. Nila mengaku sudah mempersiapkan pelayanan gojek di era new normal, dengan program protokol J3K (jaga kesehatan, kebersihan, dan keamanan).

Kesehatan dan keselamatan mitra driver merupakan prioritas gojek dan gojek juga demi mewujudkan hal tersebut antara lain Penyediaan Posko Aman J3K. Secara bertahap, mitra driver diwajibkan untuk datang ke Posko Aman J3K yang tersebar di berbagai kota. Di posko ini, mitra akan mendapat tiga jenis layanan, yang dilakukan secara drive thru, antara lain:

1. Pengecekan suhu tubuh para mitra driver
2. Pembagian healthy kit (masker dan hand sanitizer)
3. Penyemprotan kendaraan dengan disinfektan.

Strategi dan pelayanan yang tepat merupakan salah satu cara untuk meningkatkan kualitas produk kepada konsumen. Pelayanan sangat berpengaruh terhadap karakteristik produk dan kebijakan pemasaran yang dilaksanakan.

Kepuasan pelanggan dapat dicapai melalui kualitas pelayanan yang baik. Persepsi pelanggan terhadap tingkat kualitas pelayanan dapat terbentuk dari tingkat pengetahuan, pengalaman serta tingkat kebutuhan pelanggan atas pelayanan yang disediakan oleh perusahaan. Kualitas

Pelayanan yang prima terbangun dari sebuah komunikasi antar pihak yang terlibat dalam pemberian pelayanan, baik secara koordinasi tentang lapangan juga interaksi antar individu, juga dengan pelanggan. Komunikasi

yang baik antar pihak yang terlibat dalam sebuah pemberian pelayanan diharapkan akan memberikan kontribusi yang positif terhadap kualitas pelayanan yang diberikan serta diharapkan akan tercapai sebuah kepuasan terhadap pelayanan yang diberikan.

Elemen- elemen kualitas pelayanan seperti kemampuan memberikan pelayanan dengan segera dan memuaskan (*reliability*); keinginan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan yang tanggap (*responsiveness*); kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya para karyawan (*assurance*); kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik, serta perhatian yang tulus kepada pelanggan (*empathy*); dan evaluasi fasilitas fisik (*tangible*s) menurut Parasuraman et al, 1985, yang dikutip Lupiyoadi (2001).

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Puspita (2019) menunjukkan seluruh dimensi kualitas pelayanan secara bersama sama kepuasan pelanggan PT. Samudra Bintang Angkasa Tour and Travel.

Dari uraian diatas peneliti tertarik untuk meneliti “Pengaruh Pelayanan Driver Gojek di Masa New Normal”. Pelayanan merupakan suatu usaha pemberian bantuan atau pertolongan pada orang lain, baik itu berupa materi atau non materi agar orang tersebut dapat mengatasi masalahnya itu sendiri.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah pelayanan driver mempengaruhi kepuasan pelanggan?

C. Tujuan Penelitian

1. Menganalisis pengaruh pelayanan driver gojek terhadap kepuasan pelanggan

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat praktis

   Penelitian ini dapat digunakan sebagai pertimbangan gojek terhadap kepuasan pelanggan yang dipengaruhi oleh faktor pelayanan driver

2. Manfaat teoritis

Sebagai sarana menambah wawasan, pengembangan ilmu pengetahuan, serta referensi untuk penelitian sehingga mampu memperbaiki dan menyempurnakan penelitian ini.