

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Transportasi merupakan sarana yang sangat penting untuk mendukung aktivitas dan mobilitas masyarakat setiap hari sehingga harus disiapkan secara baik karena akan berpengaruh pada kegiatan-kegiatan seperti perekonomian, pengiriman barang dan jasa dan lain sebagainya. Pada era modern seperti saat ini transportasi memiliki peran penting pada kehidupan masyarakat. Untuk memenuhi kebutuhan hidup dan menunjang aspek kehidupan masyarakat lainnya masyarakat tidak dapat lepas dari yang namanya transportasi. Oleh sebab itu masyarakat membutuhkan transportasi untuk melakukan perpindahan dari satu tempat ke tempat lainnya, sehingga memunculkan keinginan masyarakat untuk mendapatkan pelayanan jasa transportasi yang efektif dan tepat waktu.

Pada saat ini di Indonesia jasa transportasi menunjukkan perkembangan yang sangat pesat bersamaan dengan perkembangan teknologi komunikasi. Kejadian ini membuat perusahaan penyedia jasa transportasi bersaing menyediakan layanan yang efisien bagi masyarakat. Banyak jasa transportasi yang memberikan pelayanan dengan baik, akan tetapi pemahaman akan kebutuhan dan kepuasan pelanggan masih kurang baik. Supaya dapat memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan maka perusahaan harus mengikuti perkembangan teknologi saat ini. Persaingan yang dilakukan antar perusahaan jasa transportasi dalam bentuk teknologi yaitu teknologi yang lebih maju dan efisien bagi para pengguna jasa, hal ini dapat mempengaruhi konsumen dan pelanggannya. Akhir-akhir ini banyak fenomena transportasi umum yang menggunakan aplikasi atau biasa disebut dengan “Transportasi Online” (Sarjito, 2018:77)

Dengan memanfaatkan teknologi komunikasi saat ini pada awal tahun 2010 PT. Gojek Indonesia menciptakan sebuah aplikasi ojek online yang

diberi nama Gojek. Ide ini berawal dari seorang yang bernama Nadiem Makarim, dia adalah pendiri PT. Gojek Indonesia. PT. Gojek Indonesia menawarkan aplikasi ojek online yang lebih nyaman, mudah dan murah. Aplikasi ini dapat diunduh di aplikasi Google Play Store untuk Android dan aplikasi Ios Store untuk pengguna Ios melalui smartphone/telepon konsumen. Dengan aplikasi ini sekarang pengguna ojek tidak perlu mencari ojek ke pangkalan lagi, pelanggan tinggal mengakses aplikasi Gojek melalui smartphone. Kemudian driver yang menerima pesanan akan menjemput konsumen sesuai lokasi yang telah ditentukan pada aplikasinya saat memesan layanan (Putri dan Mahendra, 2017:136).

Sampai Februari 2020 aplikasi Gojek sudah diunduh sebanyak lebih dari 170 juta pengguna di Indonesia dan Asia Tenggara (CNBC Indonesia). Driver Gojek saat ini sudah tersebar hampir seluruh kota-kota di Indonesia, seperti Jakarta, Bandung, Semarang, dan Surakarta. Gojek menawarkan berbagai fitur menarik yang dapat dinikmati oleh konsumen, yaitu pesan antar makanan, pengiriman barang, serta transportasi ojek online yang dapat dipesan melalui aplikasi. Selain itu untuk memudahkan konsumen Gojek juga menawarkan cara pembayaran dengan GoPay, GoPay merupakan alat transaksi pembayaran nontunai.

Menurut Kurniawaty dan Subekhan (2019:174) Harga merupakan sejumlah jumlah uang yang ditagih oleh suatu produk baik barang maupun jasa. Harga menjadi salah satu faktor yang sangat penting untuk dapat menarik minat konsumen menggunakan jasa Gojek. Oleh sebab itu perusahaan jasa transportasi berusaha memberikan harga yang terjangkau agar konsumen yang dapat menikmati produknya. Dengan memberikan harga yang terjangkau kepada konsumen akan membuat konsumen memakai jasanya kembali. Selain memberi harga yang terjangkau Gojek juga memberikan potongan harga bagi pelanggan yang menggunakan metode pembayaran nontunai atau dengan GoPay.

Faktor lain selain harga adalah promosi, Promosi adalah salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang harus dilakukan perusahaan untuk

memberikan informasi tentang spesifikasi produk dan jasanya, serta membujuk para konsumen dan mengingatkan untuk melakukan pembelian terhadap produk dan jasanya (Hakim dkk, 2018:26). Promosi merupakan salah satu kegiatan yang penting bagi sebuah perusahaan dibidang pemasaran sebagai upaya meningkatkan kualitas penjualan dan mempertahankan kontinuitas dalam hal memasarkan barang atau jasa dari sebuah perusahaan. Salah satu cara yang dilakukan oleh Gojek untuk memikat konsumennya memakai jasa atau produknya yaitu dengan cara memasang iklan di sosial media dan menerapkan potongan harga pada produknya. Dengan promosi kemungkinan besar bisa membuat konsumen menggunakan dan memakai jasanya kembali.

Inovasi adalah suatu penemuan baru yang berbeda dari yang sudah ada atau yang sudah dikenal sebelumnya (Ahmadi dkk, 2019:4). Sumber daya manusia yang berkualitas dapat menciptakan inovasi-inovasi yang inovatif bagi perusahaan. Sebuah perusahaan akan selalu melakukan perbaikan dan menyuguhkan sesuatu yang baru dan berbeda dari yang lainnya. Dengan inovasi yang baru bisa memudahkan dan memanjakan bagi para konsumen untuk melakukan transaksi. Juga dapat menguntungkan bagi perusahaan karena banyak konsumen yang memakai jasa layanannya. Untuk bisa bersaing dengan perusahaan jasa transportasi lainnya Gojek berusaha menciptakan inovasi baru supaya konsumen tertarik untuk menggunakan jasanya kembali.

Keputusan konsumen adalah sebuah tindakan dari konsumen untuk bersedia membeli atau ada terhadap produk (Leksono dan Herwin, 2017:384). Perusahaan jasa harus melakukan strategi yang tepat dalam mempengaruhi konsumen supaya konsumen yakin dan tidak merubah keputusan untuk menggunakan jasa yang lain. Salah satu cara yang digunakan oleh Gojek untuk membuat supaya konsumen tidak merubah keputusannya adalah dengan menawarkan tarif yang lebih murah dari ojek pangkalan. Selain itu Gojek juga melakukan inovasi pada layanannya supaya konsumen tidak bosan dengan layanan yang itu-itu saja.

Di Kota Surakarta sendiri pertumbuhan pengguna Gojek meningkat cukup tinggi. Hal tersebut menciptakan lapangan pekerjaan baru dan meningkatkan perekonomian masyarakat di Kota Surakarta. Tetapi saat ini masih banyak keluhan tentang pelayanan dari driver Gojek maupun dari PT. Gojek Indonesia. Masih banyak driver Gojek yang terlambat menjemput konsumen dan banyak driver yang tidak mematuhi aturan lalu lintas sehingga membuat konsumen merasa kurang nyaman. Selain itu, tarif yang sering berubah, kenaikan harga saat jam sibuk, dan tarif Go-Send yang lebih mahal dari layanan sejenis perusahaan pesaing. Dengan banyaknya keluhan dari konsumen, PT. Gojek Indonesia berusaha berinovasi melalui fitur-fitur pada aplikasi yang digunakan konsumen untuk meningkatkan kualitas kinerja driver Gojek.

Berdasarkan uraian diatas penulis tertarik melakukan penelitian tentang pengguna jasa Gojek yang dipengaruhi oleh faktor-faktor harga, promosi dan inovasi layanan. Sehingga dengan latar belakang tersebut penulis menetapkan penelitian skripsi yang berjudul **“ANALISIS PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN INOVASI LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MENGGUNAKAN JASA GOJEK DI KOTA SURAKARTA”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas rumusan masalah yang dapat diangkat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah variabel harga (X_1) berpengaruh terhadap keputusan konsumen (Y) menggunakan jasa Gojek di Kota Surakarta?
2. Apakah variabel promosi (X_2) berpengaruh terhadap keputusan konsumen (Y) menggunakan jasa Gojek di Kota Surakarta?
3. Apakah variabel inovasi layanan (X_3) berpengaruh terhadap keputusan konsumen (Y) menggunakan jasa Gojek di Kota Surakarta?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penulis

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini yaitu:

- a. Menganalisis hubungan antara harga dengan keputusan konsumen menggunakan jasa Gojek di kota Surakarta.
- b. Menganalisis hubungan antara promosi dengan keputusan konsumen menggunakan jasa Gojek di kota Surakarta.
- c. Menganalisis hubungan antara inovasi layanan dengan keputusan konsumen menggunakan jasa Gojek di kota Surakarta.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang ingin dicapai melalui penyusunan penelitian ini adalah:

1. Bagi Penulis

Penelitian ini dapat digunakan untuk menerapkan teori-teori yang diperoleh dibangku kuliah dan mengaplikasikan dengan kenyataan yang ada, serta menambah pengalaman dan pengetahuan penulis akan masalah-masalah yang terjadi pada kegiatan Transportasi khususnya Transportasi Darat. Guna memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Transportasi di Universitas Maritim Amni Semarang.

2. Bagi Universitas Maritim Amni Semarang

Sebagai bahan informasi tambahan yang berkaitan dengan skripsi dan sebagai bahan referensi mahasiswa yang nantinya akan membuat skripsi. Menambah ilmu pengetahuan mahasiswa tentang dunia Transportasi.

3. Bagi Instansi

Penelitian ini diharapkan dapat memberi informasi yang bermanfaat dan digunakan sebagai bahan evaluasi terhadap inovasi-inovasi yang dapat dilakukan oleh Gojek.

4. Bagi Pembaca

Sebagai referensi penelitian dan diharapkan dapat menambah pengetahuan bagi mahasiswa Universitas Maritim Amni Semarang khususnya.

1.4 Sistematika Penulisan

Dalam sistematika penulisan skripsi ini akan dijelaskan dalam setiap bab yaitu sebagai berikut:

BAB 1 : PENDAHULUAN

Membahas tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, serta sistematika penelitian.

BAB 2 : TINJAUAN PUSTAKA

Membahas tentang tinjauan pustaka dan penelitian terdahulu, hipotesis, kerangka pemikiran teoritis dan diagram alur penelitian.

BAB 3 : METODOLOGI PENELITIAN

Membahas tentang definisi operasional, sumber dan jenis data, metode pengumpulan data, metode analisis data, dan pembahasan.

BAB 4 : HASIL PEMBAHASAN

Di dalam hasil pembahasan ini berisi tentang deskripsi obyek penelitian, analisis data, pembahasan, dan implikasi manajerial.

BAB 5 : KESIMPULAN DAN SARAN

Membahas tentang kesimpulan dan saran yang diperoleh dari hasil analisis data, saran dapat diberikan kepada pihak terkait atau untuk koreksi terhadap studi selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN