

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Layanan *ride hailing* seperti Grab, dan Uber dan Careem telah banyak mengubah banyak aspek dari hidup manusia. Dengan *ride hailing* manusia lebih mudah untuk melakukan banyak aktivitas. *Demand ride service* juga disebut layanan *ride sourcing* atau *ride hailing* seperti Grab, dan Uber dan Careem menciptakan model bisnis baru dan membentuk kembali pasar transportasi dengan memungkinkan tiap individu menjual jasa transportasi kendaraannya kepada setiap pelanggan yang menggunakan aplikasi perusahaan tersebut. Pada konsep *ride hailing* atau *ride sourcing*, terdapat status *on demand ride service* untuk penumpang atau *customer*. Layanan ini memungkinkan *customer* untuk dapat meminta (*order*) layanan secara langsung tanpa harus mencari atau menunggu. Karena itu, pemilik kendaraan harus siap sedia kapan pun ketika menerima *order* dari *customer*. Dengan adanya *demand ride service*, *customer* tidak perlu menunggu lama dan membayar mahal menggunakan jasa transportasi komunitas.

Layanan *on demand ride* semakin meningkat popularitasnya di masa sekarang, di mana orang tidak ingin menginvestasikan banyak uang untuk membeli kendaraan, mempekerjakan sopir dan untuk menghindari stres mengemudi di lalu lintas yang padat. Banyak isu tentang transportasi *on demand ride* yang sedang diperdebatkan secara luas saat ini, mulai dari dampaknya yang berpotensi mengganggu perusahaan taksi konvensional hingga dampaknya dalam mengurangi pengemudi yang dalam kondisi mabuk. Fokus penelitian ini adalah kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan pandangan mendalam tentang kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dan mengetahui perbedaan kriteria dimensi kualitas pelayanan *ride hailing* beserta indikatornya. Penelitian ini juga merinci tentang kualitas di sektor jasa.

Jasa transportasi saat ini memberikan kontribusi besar bagi perekonomian, karena perusahaan jasa transportasi memiliki peranan yang sangat penting dalam kehidupan masyarakat untuk membantu mobilitas dalam mendukung kegiatan maupun pekerjaan sehari-hari. Maka dari itu, perusahaan jasa sekarang menjadikan kualitas

sebagai hal yang utama karena meningkatnya tekanan dari persaingan global, peningkatan permintaan, dan kebutuhan pelanggan.

Dalam menciptakan loyalitas pelanggan, perusahaan dituntut untuk dapat memberikan kualitas pelayanan dan harga yang baik. Menurut Tjiptono (2012) mendefinisikan “kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan”. Menurut Wyckof (2012) “kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan (*excellence*) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan”. Kualitas pelayanan adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas langganan yang mereka terima atau peroleh (Mauludin, 2013). Meningkatkan kualitas layanan adalah salah satu poin yang penting, yang harus diperhatikan dalam setiap organisasi yang tergantung pada bagaimana layanan pelanggan yang baik untuk pelanggan. Grab, dan Uber dan Careem merupakan perusahaan penyedia jasa transportasi berbasis online yang selalu meningkatkan kualitas layanannya dan harga yang ditawarkan juga cukup bersaing dengan penyedia jasa transportasi lain. Hal yang perlu dilakukan untuk memberi kualitas pelayanan yang memuaskan terhadap kepuasan pelanggan yaitu dengan cara memberikan layanan yang baik sesuai permintaan layanan. Selain itu, harga juga berpengaruh untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan *loyalitas* pelanggan. Menurut Kotler dan Amstoring (2012) “Harga adalah jumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa”. Harga sebagai nilai suatu barang atau jasa yang dinyatakan dengan uang (Alma, 2011). Grab, Uber dan Careem pun menyediakan layanan kebutuhan sehari-hari bagi para konsumen termasuk perjalanan, dan pengiriman barang. Grab, dan Uber dan Careem tersedia di berbagai negara. Di Indonesia sendiri, hanya tersedia layanan jasa transportasi *online* Grab saja, sedangkan Uber sempat ada tetapi *merger* dengan Grab, dan Careem tidak ada di Indonesia.

Dalam penggunaan *ride hailing*, ada beberapa aspek yang tidak memenuhi kriteria pelanggan dalam menggunakan jasa transportasi Grab, dan Uber dan Careem. Aspek tersebut adalah pengetahuan dan kelemahan *driver* pemberi pelayanan, kemampuan mereka untuk menginspirasi kepercayaan dan kenyamanan bagi pengguna layanan. Selain itu, ada pula permasalahan yang ditemukan di lapangan yaitu kurangnya kuantitas dan kualitas sumber daya manusia dalam menangani pelayanan yaitu dengan

ketidaktepatan *driver* dalam menganalisa jalan tercepat untuk mencapai tujuan, menolak permintaan penumpang, dan perilaku tidak sopan yang dilakukan oleh *driver*.

Menurut Kartika dan Suprayogi (2017), Metode *servqual* adalah pendekatan yang banyak digunakan yang digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan dalam beberapa bidang. Metode *servqual* diterbitkan pertama kali pada tahun 1988 oleh Parasuraman dkk. Metode *servqual* terdiri dari 2 faktor perbandingan utama yaitu persepsi pelanggan dan harapan pelanggan atau apa yang diinginkan pelanggan atas jasa pelayanan yang akan diberikan oleh perusahaan.

Pada penelitian ini akan dilakukan studi literatur dengan melakukan perbandingan terhadap dua perusahaan yaitu perusahaan Grab, dan Uber dan Careem yang memiliki bentuk permasalahan yang berbeda-beda. Disamping itu penelitian yang akan dilakukan menggunakan metode *content analysis* agar pembaca dan peneliti mudah mengambil informasi dari penelitian ini. Metode ini merupakan teknik sistematis untuk menganalisis isi pesan dan mengolah pesan, atau suatu alat untuk mengobservasi dan menganalisis perilaku komunikasi yang terbuka dari komunikator yang dipilih. Tujuan dari studi literatur ini adalah untuk membandingkan pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada perusahaan Grab, dan Uber dan Careem. Disamping itu juga, studi literatur ini dapat mengedukasi pembaca tentang *ride hailing* dan pentingnya kualitas layanan yang memiliki dampak terhadap kepuasan pelanggan. Hasil dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan oleh pengguna jasa perusahaan tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan, maka rumusan masalah dari penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana perbandingan kriteria dimensi kualitas pelayanan *ride hailing* beserta indikatornya?
2. Apakah kualitas pelayanan memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna *ride hailing*?
3. Bagaimana hasil penilaian kepuasan pelanggan *ride hailing* menggunakan metode *servqual*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui perbandingan kriteria dimensi kualitas pelayanan *ride hailing* beserta indikatornya
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna *ride hailing*
3. Untuk mengetahui hasil penilaian kepuasan pelanggan *ride hailing* menggunakan metode *servqual*

1.4 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang mengenai masalah yang akan diteliti, sehingga dijabarkan pada beberapa sub-bab antara lain: latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II DASAR TEORI

Bab ini membahas tentang teori-teori yang digunakan dan terkait dalam penelitian ini.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan metode yang akan digunakan dan langkah-langkah penelitian secara operasional

BAB IV PEMBAHASAN DAN DISKUSI

Bab ini berisi tentang penguraian identifikasi masalah pada setiap kasus yang ada, memetakan masalah, dan menjelaskan temuan-temuan penelitian atau apa hasil penelitian

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari penelitian, hasil penelitian, dan implikasi penelitian