

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dengan berkembangnya jumlah penduduk yang sangat pesat maka banyak perusahaan-perusahaan baru yang bermunculan baik perusahaan produk maupun perusahaan jasa. Dalam tujuan yang ingin dicapai oleh perusahaan, banyak perusahaan yang ingin mengembangkan perusahaannya dimasa yang akan datang. Perusahaan harus mengetahui daya tarik konsumen terhadap usaha yang ditawarkan. Perusahaan harus membagi pasarnya ke dalam segmen-segmen atau kelompok konsumen serta menentukan keinginan dari masing-masing segmen tersebut.

Belakangan ini, teknologi telah berkembang pesat membawa banyak perubahan disegala bidang bisnis di Indonesia, terutama bisnis transportasi. Banyak bermunculan perusahaan baru dengan inovasi baru, bahkan sampai muncul berbagai model bisnis yang berbasis teknologi. "Teknologi bukan lagi sebagai pelengkap bisnis, tetapi sudah menjadi urat nadi sebuah bisnis ". Dengan munculnya berbagai teknologi baru, banyak perusahaan dan pebisnis yang terinovasi untuk membuat model bisnis yang menarik dengan layanan yang tidak kalah mengagumkan. Salah satu perkembangan teknologi saat ini terdapat pada layanan transportasi ojek online. Walaupun keberadaan transportasi sudah ada sejak dulu, tetapi menjadi sangat fenomenal ketika digabungkan dengan teknologi dan jadilah transportasi berbasis online.

Dalam bisnis saat ini, semakin banyak persaingan yang harus dihadapi oleh perusahaan transportasi *online*. Perusahaan transportasi *online* harus mempunyai inovasi strategi pemasaran untuk dapat bersaing antar perusahaan transportasi online lainnya guna mempertahankan kelangsungan perusahaan. Strategi pemasaran adalah suatu bentuk usaha yang dilakukan perusahaan guna meningkatkan nilai dari pelanggan untuk mencapai keuntungan. Perusahaan mempunyai cara sendiri dalam melayani pelanggannya berdasarkan segmen-segmen pasarnya

Melihat di Bekasi sudah banyaknya transportasi *online* yang biasa disebut Gojek menjadi Jasa transportasi saat ini dirasa sebagai sarana yang sangat penting di dalam kehidupan masyarakat, transportasi digunakan setiap masyarakat untuk memperlancar aktifitas sehari-harinya, setiap orang tentu membutuhkan transportasi dalam berbagai kegiatannya seperti bekerja, bersekolah, bepergian maupun aktifitas lainnya. Masyarakat membutuhkan jasa transportasi yang praktis dan juga cepat, karena tidak dapat dipungkiri titik-titik rawan kemacetan terparah terdapat di daerah-daerah bekaasi dan sekitarnya. Dalam mengatasi masalah kemacetan jasa transportasi ojek dapat menjadi solusi yang efektif bagi masyarakat dalam beraktifitas.

Sebagian besar masyarakat menggunakan jasa ojek *online* karena kelebihanannya yaitu lebih cepat dan dapat melewati sela-sela kemacetan di kota serta mampu menjangkau daerah-daerah sempit yang sulit dilalui oleh kendaraan besar seperti mobil. Dalam dalam merebut persaingan ojek *online* yang ketat dengan pesaingannya yaitu Grab, Gojek melakukan persaingan strategi pemasaran yang ditawarkan oleh Gojek.

Perlu diketahui bahwa masalah yang dihadapi oleh perusahaan transportasi online Gojek yaitu turun naiknya tarif harga, perubahan harga yang terbilang mahal dari pesaingnya, karena ojek online Gojek masih melakukan subsidi pada pelanggan ini akan berpengaruh pada harga yang berubah - ubah. Harga yang ditawarkan oleh ojek online Gojek pun terbilang cukup mahal kurang kompetitif dengan ojek online lainnya, sedang target pasar Gojek yang terbentuk saat ini sebagian besar adalah pelanggan kalangan menengah bawah yang dimana mereka tertarik menggunakan gojek karena harga yang berkompetitif.

Tabel 1.1 perbandingan Harga Gojek dan Grab

Platform	Gojek	Grab
BULAN AGUSTUS 2018	3,300 PER KILOMETER	2,300 PERKILOMETER
April 3, 2019	1,400 PER KM	PER 1,200 PER KM

Platform	Gojek	Grab
Tarif (cuaca cerah) jam 09.000	Rp 10.000 (gopay) 11.000 (tunai)	Rp 12.000 (tanpa promo) 6.000 (menggunakan promo)
(cuaca gerimis) 15.30		
	Rp 12.000 (Gopay) 13.000 (cash)	Rp 12.000 (cash)
(cuaca gerimis) 17.30		
	Rp 22.000 (gopay) 23.000 (cash)	Rp 22.000 (csh) 15.000 (pake promo)

Sumber : www.GO-JEK.com diakses Febuari 2019

Bisa dikatakan bahwa untuk kualitas pelayan pada jasa transportasi online terutama Gojek masih kurang baik terutama masalah kendala teknis, sering kali terjadi masalah gangguan aplikasi pada cuaca yang buruk dan didaerah tertentu saat susah menggunakan aplikasi Gojek. Ini menjadi ancaman tersendiri bagi jasa taransportasi online terutama Gojek

Masalah lain yang sering terjadi pada driver bahwa ada beberapa driver yang kurang mengetahui jalan, masih banyak driver menggunakan aplikasi atau GPS untuk mencari lokasi penjemputan maupun lokasi tujuan

Dapat disimpulkan pada permasalahan yang ada diatas bahwa harga promo yang sering berubah – ubah terlampau jauh dengan pesaingnya dan juga mahal dan kualitas pelayanan yang masih harus ditingkatkan lagi, kalo masalah ini tidak di perbaiki ini kan berimbas pada pelanggan yang ingin melakukan pembelian ulang pada ojek online Gojek

maka saya peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai harga promo dan kualitas pelayanan terhadap pembelian ulang jasa ojek *online* Gojek pada mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Bekasi karena ,peneliti

melihat bahwa tidak sedikit mahasiswa Universitas Bhayangkara Jaya Bekasi yang menggunakan jasa ojek *online* gojek, Mengacu kepada latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk meneliti **“Pengaruh Harga Promo dan kualitas Pelayanan terhadap Minat Pembelian Ulang Jasa ojek *online* Gojek”**

1.2 Rumusan Permasalahan

Berdasarkan latar belakang diatas yang telah diuraikan, maka dalam penelitian ini penulis ingin mengidentifikasi permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah harga promo berpengaruh terhadap pembelian ulang jasa ojek *online* gojek ?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap pembelian ulang jasa ojek *online* gojek ?
3. Apaka harga promo dan kualitas pelayanan Gojek yang telah ditawarkan berpengaruh terhadap pembelian ulang jasa ojek *online* ?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas ,maka tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Untuk menguji pengaruh harga promo terhadap pembelian ulang jasa ojek *online* Gojek ?
2. Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan, terhadap pembelian ulang jasa ojek *online* Gojek ?
3. Untuk menguji harga promo dan kualitas pelayan Gojek yang telah di tawarkan, berpengaruh terhadap pembelian ulang jasa ojek *online*?

1.4. Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang ada, penelitian ini lebih memfokuskan harga promo dan kualitas pelayanan terhadap pembelian ulang jasa transportasi ojek *online* Gojek.

1.5. Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan akan memberikan beberapa kegunaan atau manfaat yaitu antara lain:

1. Bagi Peneliti

- a. Penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan pemahaman peneliti mengenai harga promo dan kualitas pelayanan terhadap pembelian ulang jasa ojek *online* Gojek.
- b. Sebagai implementasi atas teori yang telah didapat pada perkuliaha dan menambah wawasan akan dunia bisnis.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran mengenai pengaruh harga promo dan kualitas terhadap penggunaan jasa ojek online, Gojek di Kota Bekasi, sehingga dapat menjadi masukan bagi perusahaan PT. Gojek Indonesia untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat memengaruhi penggunaan jasa ojek *online* Gojek

3. Bagi Universitas

Memberikan tambahan perbendaharaan kepustakaan khususnya yang berhubungan dengan pembelian ulang jasa online Gojek

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah membahas permasalahan yang terdapat pada skripsi ini, maka penulis membagi ke dalam lima bab yang keseluruhan bab nantinya merupakan suatu rangkaian yang saling berkaitan dan tak terpisahkan. Urutannya adalah sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan.

Di bab ini penulis membagi ke dalam lima macam sub bab. Sub bab yang pertama yaitu masalah pokok skripsi, yang isinya latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah.

BAB II Landasan Teori.

Pada bab ini terdiri dari landasan teori yang menguraikan teori-teori yang digunakan sebagai tinjauan/landasan dalam menganalisis batasan masalah yang telah dikemukakan kemudian kerangka berpikir dan hipotesis.

BAB III Metodologi Penelitian.

Pada bab ini menguraikan tentang waktu dan wilayah penelitian, metodologi penelitian, variabel-variabel, operasional variabel, populasi sampel, data dan sumber data, dan teknik analisis data.

BAB IV Analisis dan Pembahasan.

Pada bab ini membahas analisis dalam penelitian serta berisi jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang disebutkan dalam perumusan masalah

BAB V Penutup.

Pada bab ini merupakan penutup dari penulisan yang terdiri dari kesimpulan atau hasil analisis dan saran yang dianggap berguna.

