

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan transportasi adalah salah satu akibat dari tingginya kebutuhan manusia akan sebuah jasa transportasi. Angkutan jalan/kendaraan bermotor adalah moda transportasi yang menggunakan kendaraan bermotor sebagai fasilitas operasinya yang bergerak di jalan raya. Dengan bentuk model kendaraan bermotor roda 2 (dua), ojek mampu melakukan perjalanan dengan kecepatan yang tinggi, dan salah satu keunggulannya bila dibandingkan dengan moda transportasi umum lainnya yaitu sanggup melewati berbagai macam rintangan yang tidak mudah dilalui oleh jenis kendaraan lain, seperti: jalan yang sempit, kondisi jalan yang buruk dan kondisi tanjakan yang ekstrim. Dalam kondisi lalu lintas perkotaan yang padat dan macet, sepeda motor sanggup melewati jalan dengan mudah. Demikian juga pada kondisi daerah perdesaan, dimana angkutan umum yang tersedia hanya pada jam-jam tertentu saja maka, sepeda motor merupakan pilihan yang dapat diandalkan dalam mengatasi keterbatasan fasilitas sarana dan prasarana transportasi.

Pelayanan ojek mempunyai banyak keunggulan, ojek tersedia sepanjang waktu dan selama 24 jam setiap hari dengan wilayah pelayanan yang luas dan tidak terbatas rute trayek. Pelayanan ojek dari pintu ke pintu (*door to door service*) serta mempunyai biaya yang relatif lebih murah jika

dibandingkan jenis *door to door service* lain, misalnya taksi. Ojek juga menjadi alternatif utama bagi mereka yang tinggal di pinggiran kota atau di wilayah pedesaan yang belum terjamah dan terlayani trayek angkutan umum. Kendala lebar jalan juga tidak menjadi hambatan dalam pelayanan ojek. Jalan-jalan setapak di wilayah pedesaan ataupun gang-gang sempit di wilayah perkotaan dapat dengan mudah dilewati ojek.

Trend saat ini munculah sebuah aplikasi modern yang menawarkan jasa menggunakan ojek melalui sistem pemesanan secara *online*. Aplikasi ini bernama GO-JEK yang dapat digunakan oleh semua pengguna hanya dengan menggunakan *smartphone*. PT GO-JEK Indonesia yang sudah melewati perjalanannya sejak tahun 2011 kini sudah memiliki 200.000 armada ojek yang telah resmi beroperasi di 10 kota besar di Indonesia termasuk Jabodetabek, Bandung, Bali, Surabaya, Makassar, Medan, Yogyakarta, Semarang, Palembang dan Balikpapan.

GO-JEK adalah aplikasi yang didalamnya terdapat layanan transportasi, gaya hidup dan logistic didalam satu aplikasi. GO-JEK memiliki tarif yang jelas dan transparan sebelum pengguna melakukan konfirmasi pemesanan, selain itu tentu saja sistemnya yang mengakomodir gaya hidup modern saat ini yaitu penggunaan teknologi menggunakan *smartphone*. Calon pengguna hanya menginstal aplikasi GO-JEK di *smartphone*-nya kemudian melakukan pemesanan sekaligus *tracking* status pesanannya. Selain itu, pengguna juga bisa menggunakan

layanan *customer care* untuk berbicara langsung dengan *call support* maupun melalui pesan *e-mail* mengenai semua layanan GO-JEK.

Seiring dengan berkembangnya GO-JEK di Indonesia, banyak fitur dan pelayanan yang GO-JEK berikan kepada penggunanya seperti yang dijelaskan di situs resminya (www.go-jek.com) bahwa layanan GO-JEK adalah sbb:

1. GO-RIDE (layanan transportasi sepeda motor yang dapat mengantar Anda ke berbagai tempat, lebih mudah dan lebih cepat)
2. GO-CAR (layanan transportasi menggunakan mobil untuk mengantar Anda kemanapun dengan nyaman)
3. GO-FOOD (layanan pesan antar makanan no. 1 di Indonesia dengan 30.000 daftar restoran)
4. GO-SEND (layanan kurir instant yang dapat Anda gunakan untuk mengirim surat maupun barang dalam waktu 60 menit)
5. GO-MART (layanan yang bisa Anda gunakan untuk berbelanja ribuan jenis barang dari berbagai macam toko)
6. GO-BOX (layanan pindah barang ukuran besar menggunakan truk bak/*blind van*)
7. GO-MASSAGE (layanan jasa pijat kesehatan profesional langsung ke rumah Anda)
8. GO-CLEAN (layanan jasa kebersihan profesional untuk membersihkan kamar kos, rumah dan kantor Anda)

9. GO-GLAM (layanan jasa perawatan kecantikan dan *manicure-pedicure* , *creambath*, *waxing*, dan lainnya langsung ke rumah Anda)
10. GO-TIX (layanan informasi acara dengan akses pembelian, pengantaran tiket langsung ke tangan Anda)
11. GO-BUSWAY (layanan untuk memonitor jadwal layanan bus TransJakarta dan memesan GO-RIDE untuk mengantar Anda kesana)
12. GO-PAY (layanan dompet virtual untuk transaksi Anda dalam aplikasi GO-JEK)

Bertambahnya kebutuhan pengguna jasa GO-JEK ini membuat perusahaan tersebut meningkatkan pelayanan demi memberikan pelayanan prima kepada para penggunanya. GO-JEK memberikan berbagai macam layanan melalui aplikasinya yang dapat langsung digunakan kapanpun dan dimanapun pengguna butuhkan. Selain itu pengguna dapat berkomunikasi melalui telepon kepada driver GO-JEK yang dipesan. Kemudian terdapat sistem rating dimana pengguna dapat memberikan penilaian kepada *driver* GO-JEK atas pelayanan yang telah diberikan.

Pelayanan sangat berkaitan dengan upaya atau tindakan untuk memenuhi kebutuhan orang lain atau organisasi. Berbagai upaya dilakukan perusahaan penyedia barang/jasa dengan meningkatkan komitmen mereka untuk memberikan pelayanan terbaik kepada pengguna

atau pelanggannya, hal ini akan membawa perusahaan pada budaya yang berorientasi kepada pelanggan atau pengguna (*customers orientation*). Pelayanan yang baik dan berkualitas akan mampu memenuhi harapan pengguna atau pelanggan. Salah satu hal penting dalam memenuhi harapan tersebut adalah dengan memberikan pelayanan prima pada setiap pengguna atau pelanggan jasa tersebut.

Salah satu faktor yang mempengaruhi pelayanan jasa transportasi dalam hubungannya dengan citra perusahaan adalah pelayanan prima. Menurut Atep Adya Barata (2006:25) bahwa layanan prima atau *service excellent* bertitik tolak pada pelaku bisnis untuk memberikan layanan terbaiknya sebagai wujud kepedulian perusahaan kepada pelanggan atau pengguna. Hal terpenting dalam sebuah pelayanan prima didasarkan kepada 6 aspek penting yaitu kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan dan tanggung jawab. (Barata, 2004:31).

Perusahaan yang handal adalah perusahaan yang mampu mengikuti arus teknologi dan kebutuhan manusia modern. Kebutuhan manusia modern saat ini sangat tinggi dan mereka tidak memiliki banyak waktu untuk melakukan semua hal yang mereka inginkan. Untuk itu GO-JEK hadir sebagai salah satu sistem aplikasi *online* yang membantu mengatasi kebutuhan manusia modern masa kini. Perusahaan tersebut harus mampu bersaing dan inovatif dalam memenuhi kebutuhan pengguna yang sangat bervariasi. Salah satu bentuk dari yang ditawarkan perusahaan tersebut adalah dengan menyediakan jasa yang memberikan layanan sesuai dengan

gaya hidup pengguna masa kini agar perusahaan mendapatkan citra positif dari pengguna. Pengertian citra itu sendiri bersifat abstrak (*intangible*) dan tidak dapat diukur secara sistematis, tetapi wujudnya bisa dirasakan dari hasil penilaian baik atau buruk (Ruslan, 2007:75).

Citra dapat timbul melalui akan adanya pemahaman dalam diri individu, tentunya pemahaman tersebut terbentuk dari kenyataan yang dirasakan oleh pengguna, khususnya pelayanan yang diberikan oleh GO-JEK sehingga menimbulkan citra dimata penggunanya. Terciptanya suatu citra tergantung dari bagaimana perusahaan tersebut memperlakukan penggunanya atau pelanggannya dengan baik. Citra secara langsung akan didapatkan dari pemahaman yang terbentuk dari kesan terhadap pelayanan yang diberikan. *Image* atau citra bersifat dinamis, tidak statis, sehingga dapat turun naik sepanjang perjalanan perusahaan.

Dari data rating penggunaan layanan GO-JEK di *playstore*, aplikasi GO-JEK memiliki nilai rating sebesar 4,1 bintang dari nilai maksimal 5 bintang. Rincian nilai rating GO-JEK dari 251.144 pengguna seluruh Indonesia adalah sbb:

*****	= 143.174
****	= 48.676
***	= 26.114
**	= 11.720
*	= 21.460

Mobilitas yang tinggi, jam kerja yang *fulltime* dan padatnya arus lalu lintas di pusat Bekasi menjadi salah satu alasan jasa GO-JEK banyak digunakan oleh karyawan yang bekerja di M-GOLD Tower Bekasi. Banyak karyawan di Gedung M-GOLD Tower memakai jasa GO-JEK sebagai salah satu solusi pemenuhan kebutuhan transportasi dan gaya hidup yang modern dan praktis. Melihat tentang berbagai layanan yang disediakan GO-JEK Indonesia dalam memberikan pelayanan prima kepada pengguna sehingga akan membentuk sebuah citra pada penggunanya, sehingga penulis tertarik mengadakan penelitian dengan judul: **Pengaruh Pelayanan Prima terhadap Citra Ojek Online GO-JEK. (Studi Kuantitatif pada pengguna GOJEK di kalangan karyawan Perkantoran M GOLD Tower Bekasi)**

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan, maka rumusan masalah penelitian ini yaitu **apakah ada Pengaruh Pelayanan Prima terhadap Citra Ojek Online GO-JEK. (Studi Kuantitatif pada pengguna GOJEK di kalangan karyawan Perkantoran M GOLD Tower Bekasi).**

1.3 Fokus Penelitian dan Pertanyaan penelitian

Berdasarkan uraian di atas, fokus penelitian ini adalah

1. Pelayanan yang diberikan GO-JEK dalam memenuhi kebutuhan pengguna
2. Citra yang terbentuk dari pelayanan prima kepada pengguna GO-JEK

Berdasarkan uraian diatas, penulis akan mengidentifikasi masalah penelitian sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh pelayanan prima terhadap citra ojek online GO-JEK? (Studi Kuantitatif pada pengguna GOJEK di kalangan karyawan Perkantoran M GOLD Tower Bekasi)

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pelayanan prima terhadap citra GO-JEK kepada pengguna GOJEK di Perkantoran M GOLD Tower Bekasi.

.Secara khusus tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan prima terhadap citra ojek online GO-JEK kepada pengguna GO-JEK. (Studi Kuantitatif pada pengguna GOJEK di kalangan karyawan Perkantoran M GOLD Tower Bekasi).

1.5 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini antara lain ditujukan:

1. Aspek teoritis penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mengenai pengaruh pelayanan prima terhadap citra ojek online GO-JEK kepada pengguna GO-JEK, selain itu juga diharapkan menjadi dasar penelitian selanjutnya serta menambah wawasan pembacanya.
2. Aspek praktis penulisan ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan evaluasi perusahaan dibidang jasa khususnya dalam memberikan pelayanan prima kepada pengguna sehingga dapat membentuk sebuah citra kepada pengguna di masa yang akan datang.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Berisi latar belakang penyusunan penelitian dan apa yang mendasari pengangkatan tema Pengaruh Pelayanan Prima terhadap Citra Ojek Online GO-JEK sebagai penelitian penulis. Pada bab ini juga disampaikan pertanyaan penelitian yang mewakili apa yang hendak dibahas pada penelitian ini.

BAB II KERANGKA TEORI

Pada bab ini akan diuraikan mengenai penelitian-penelitian lain yang berhubungan dengan judul penelitian yang diambil. Penelitian sejenis ini akan membantu menciptakan pemikiran yang sama dan menjadi bahan rujukan mengenai pelayanan prima dan citra. Pada

bab ini juga dikemukakan teori-teori mengenai citra dan pelayanan prima yang menunjang penelitian ini.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang metode penelitian yang terdiri dari desain penelitian yang berisi tentang cara penelitian menggunakan studi deskriptif, objek penelitian pengguna GO-JEK di kalangan karyawan Perkantoran M GOLD Tower Bekasi, teknik pengumpulan data, teknis analisis data dan terakhir validitas dan reliabilitas data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan diuraikan mengenai deskripsi lokasi penelitian, temuan penelitian, dan pembahasan dari penelitian yang dilakukan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Berisi tentang simpulan dari hasil analisis permasalahan penelitian dan memberikan saran sebagai masukan terkait dengan permasalahan penelitian.