# BAB I

# PENDAHULUAN

## A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia bisnis di bidang jasa saat ini selalu tidak terduga. Banyak perusahaan yang berusaha untuk mengubah strategi usaha dan pemasarannya yang mengarah lebih dekat dengan pelanggan. Saat ini bisnis di Jakarta dikendalikan dengan teknologi digital seperti internet, *smartphone*, media sosial yang mengakibatkan dampak mendalam dan menjadi perubahan yang sangat besar bagi perusahaan, pelanggan dan pemasaran saat ini.

Dalam berbisnis terutama di bidang jasa, melakukan pelayanan kepada pelanggan dan memenuhi kebutuhan pelanggan sangat penting. Pelayanan yang baik akan memberikan kesan yang sangat mendalam dan pelangganpun merasa puas atas pelayanan jasa. Karena tingkat kepuasan pelanggan akan menjadi nilai tambah suatu perusahaan terutama di bidang jasa.

Pelayanan sering kali diartikan atau dipakai dalam persaingan, contohnya banyak sekali perusahaan yang telah menempatkan fokus pelayanan kepada pelanggan sebagai suatu cara untuk menghasilkan keunggulan, Dalam kaitannya dengan

pelayanan kepada pelanggan eksternal, semua pihak yang bergerak dalam pemberian layanan yang bersifat komersial maupun non-komersil harus menyadari, bahwa keberadaan konsumen yang setia(loyal) merupakan pendukung untuk kesuksesan bagi perusahaan maupun organisasi lainnya, dengan demikian mereka harus menempatkan konsumen sebagai asset yang sangat berharga, karena dalam kenyataannya tidak akan ada satupun perusahaan, yang akan mampu bertahan hidup bila ditinggalkan oleh pelanggannya.

Pelayanan adalah aktifitas atau serangkaian aktifitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi akibat adanya interaksi antara konsumen dan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen / pelanggan.[1]

Dengan adanya pelayanan yang baik ini diharapkan memberikan kepuasan terhadap pelanggan, karena tujuan utama dalam berbisnis yaitu untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan. Karena Pelanggan yang paling berpengaruh terhadap

[1] Zaenal Mukarom dan Muhibudin Wijaya Laksana, *Manajemen Pelayanan Publik*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2015), 80

nilai organisasi dalam menjalankan bisnisnya. Bahkan 80% penghasilan organisasi bisnis ditentukan oleh pelanggan yang loyal, sementara 20% lainnya ditentukan oleh pelanggan yang coba-coba.[2]

"Kepuasan konsumen adalah suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan dapat terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi".[3]

Sebagian orang masih mengabaikan aspek *Service quality* kepada para *customer*nya karena mereka selalu beranggapan, jika perusahaan atau produk jasanya sudah dikenal banyak masyarakat atau dipercayai maka tidak akan menyurutkan jumlah *customer*nya, sedangkan *Service quality* dan *Customer Satisfaction* akan berubah–ubah dan disisi lain banyak pesaing bisnis terutama yang sedang terkenal saat ini bisnis ojek online dan para perusahaan jasa berlomba-lomba untuk merebut pelanggan dengan berbagai cara, seharusnya pengusaha memahami bahwa pelanggan adalah sumber utama bagi kelangsungan usaha perusaahaan tapi

---

[2] Rismi Somad , Donni Juni Priansa, *Manajemen Komunikasi Mengembangkan bisnis berorientasi pelanggan*, (Bandung: ALFABETA, 2014), 28

[3] Daryanto dan Ismanto setyabudi, *Konsumen dan Pelayanan Prima*, (Yogyakarta: Gava Media, 2014), 90

sayangnya tidak semua perusaahan jasa memperhatikan *Service quality* .

> Ade Wahyudi berkata bahwa, Indonesia adalah "raksasa teknologi digital Asia yang sedang tertidur". Jumlah penduduk Indonesia yang mencapai 250 juta jiwa adalah pasar yang besar. Pengguna *smartphone* Indonesia juga bertumbuh dengan pesat. Lembaga riset digital marketing *Emarketer* memperkirakan pada 2018 jumlah pengguna aktif *smartphone* di Indonesia lebih dari 100 juta orang. Pada tahun-tahun sebelumnya juga ada beberapa perusahaan digital Indonesia yang mendapat investasi besar. Go-Jek umpamanya, berhasil mendapatkan pendanaan Rp 2,8 triliun dari Northstar Group. Ada juga Tokopedia yang tahun lalu mendapatkan Rp 1,4 triliun dari *Softbank* dan *Sequoia Capital*. Sejumlah perusahaan digital Singapura sudah merambah Indonesia, antara lain GrabTaxi. Perusahaan yang baru saja mendapatkan suntikan dana sebesar Rp 3,6 triliun dari *Softbank* ini juga mengembangkan layanan aplikasi transportasi sepeda motor yang diberi nama GrabBike. GrabBike saat ini menjadi pesaing serius perusahaan Indonesia, Go-Jek. [4]

Teknologi internet yang dicangkokkan ke dalam telepon pintar informasi di lakukan secara digital membuat terjadinya konektivitas di antara umat manusia. Beberapa tahun belakangan ini Jakarta dimasuki oleh ojek yang berbasis via *smartphone* online, yaitu Go-Jek, GrabBike, Ojesy dll. Salah satu merek ojek online yang sering diperbincangkan adalah Go-Jek.

---

[4] *Indonesia Raksasa Teknologi Digital Asia* , 2 Oktober 2015, https://kominfo.go.id/content/detail/6095/indonesia-raksasa-teknologi-digital-asia/0/sorotan_media (diakses tanggal 20 Januari 2017 12:48 WIB)

Perusahaan yang dimaksud adalah PT Go-Jek Indonesia atau bisa juga disebut Go-Jek, yang terletak di Pasar jaya Blok M lantai 7 di Jakarta Selatan adalah sebuah layanan jasa berbasis aplikasi. Berdiri pada tahun 2011, Go-Jek pada awalnya dibuat oleh dua orang yaitu Michaelangelo Moran dan Nadiem Makarim. Ide ini tercetus ketika Nadiem dan Michaelangelo merasa bahwa ojek pangkalan tidak efisien, baik dari sisi pengendara maupun dari sisi pengguna. Biasanya ojek pangkalan bisa menghabiskan waktu delapan hingga 10 jam namun hanya mengangkut tak lebih dari tujuh penumpang. Hal ini tentu menjadi perhatian sendiri bagi Nadiem dan Michaelangelo karena lalu lintas kota Jakarta yang padat membuat jenis transportasi ojek begitu digemari, jadi Go-Jek pun resmi berdiri di tahun 2011 dan hingga kini sudah memiliki anggota tak kurang dari 200.000 pengendara.[5]

Dalam berbisnis terutama di bidang jasa/pelayanan yang diutamakan adalah *Service quality* dan *Customer Satisfaction.* setengah tahun belakangan ini ojek online atau disebut dengan Go-Jek tidak memperhatikan *Service quality* kepada pelanggan, seperti tidak memberikan masker anti debu, *driver* yang terkadang tidak

[5] *http://www.liputan6.com/tag/gojek?type=profile* (Diakses Sabtu 22 Januari 2017 00:21 WIB)

sesuai, motorpun tidak sesuai dengan aplikasi, lokasi penjemputan yang terkadang berbeda dari aslinya sehingga menyulitkan pelanggan, bermodal nekat tapi tidak mengerti jalan hanya mengandalkan *google maps* dan yang akhirnya membuat pelanggan kecewa.

Pengguna jasa Go-Jek di lingkungan warga RT 06/ RW 07 sangat antusias dengan Go-Jek karena bermanfaat bagi warga ,meski terkadang pelayanan dari *driver* Go-Jek kurang memuaskan tapi warga tetap percaya akan Go-Jek, dari survei yang saya lakukan sebelum penelitian ini ada seseorang perempuan yang dihubungi dan dimarahi oleh *driver* Go-Jek karena membatalkan pesanan *go-ride*, menurut saya itu tidak sopan dan seharusnya pihak *driver* meminta maaf kepada pelanggan, karena jika tidak akan membuat buruk perusahaan Go-Jek. Kondisi ini menunjukkan bahwa transportasi merupakan kebutuhan yang sangat mendesak, karena tumbuh kembangnya sector transportasi yang baik akan berakibat positif dan berpengaruh besar bagi perkembangan di sektor lain. Adapun seorang mahasiswa yang kecewa karena saat menggunakan go-jek driver tidak memberikan helm dan sangat tidak sopan. Tingginya mobilitas penduduk di RT 06/ RW 07

Kelurahan Kalideres dan juga mobilitas barang belum diimbangi dengan ketersediaan transportasi umum yang aman dan nyaman, akibat kendaraan bermotor pribadi baik sepeda motor atau mobil pertumbuhannya sangat pesat yang tidak sebanding dengan pertumbuhan panjang dan perluasan jalan. Kebutuhan masyarakat akan transportasi orang serta pengiriman barang yang aman dan nyaman serta cepat membuat bisnis transportasi menggiurkan dan prospektif untuk masa kini dan masa mendatang. Ini dicoba oleh perusahaan yang mengeluarkan bisnis baru ojek online ini. Pihak swasta memfasilitasi para pengemudi ojek motor dengan aplikasi online langsung di *smartphone* dan menyediakan sarana bagi masyarakat untuk menggunakan jasa ojek dengan cara memesannya melalui aplikasi online yang ada si *smartphone* mereka.

Perusahaan yang bergerak dibidang pelayanan, dimana di dalam kegiatan sehari-harinya adalah melayani pelanggan. Dengan ketatnya persaingan dengan perusahaan lainya maka upaya yang harus dilakukan perusahaan adalah mempehatikan service quality, yang terdiri dari dimensi *Service quality* Parasuraman, Zeithamal, dan Berry (1988): “Reliabilitas *(reliability*), Daya tanggap

(*responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), Empati (*empathy*), Bukti fisik (*Tangibles*)".[6]

Dari latar belakang di atas penulis tertarik dan mencoba untuk mengangkat ke dalam skripsi dengan judul **"Pengaruh *Service Quality* Terhadap *Customer Satisfaction* (Studi kasus pada Pelanggan Go-Jek di Kelurahan Kalideres".**

## B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang ada, maka yang menjadi pokok permasalahan berkenaan dengan masalah pengaruh *Service quality* terhadap *Customer Satisfaction* adalah:

1. Kurangnya *Service quality* Go-Jek seperti, pemberian masker anti debu di Kelurahan Kalideres.
2. Kurangnya *Customer Satisfaction* Go-Jek di Kelurahan Kalideres.
3. Kurangnya Akses tampilan aplikasi penjemputan di lokasi.
4. Kurangnya informasi *driver* Go-Jek di Kelurahan Kalideres.

---

[6] Fandy Tjiptono, Gregorius chandra, *Service quality dan Satisfaction, (Yogyakarta: Andi, 2016)*, 136

## C. Pembatasan Masalah

Dalam penelitian ini penulis membahas mengenai Pengaruh *Service quality* Terhadap *Customer Satisfaction.* Responden pada penelitian ini adalah pelanggan yang telah menggunakan jasa layanan Go-Jek di RT 06/ RW 07 kelurahan Kalideres.

## D. Perumusan Masalah

Berdasarkan apa yang telah dijelaskan diatas maka masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan:

1. Bagaimana pengaruh *Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction* ?
2. Seberapa besar pengaruh *Service quality* terhadap *Customer Satisfaction* ?

## E. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang hendak dicapai dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh *Service quality* terhadap *Customer Satisfaction*
2. Untuk mengetahui berapa besar pengaruh *Service quality* terhadap *Customer Satisfaction*

## F. Manfaat Penelitian

### 1. Bagi penulis

a. Penulis dapat menambah wawasan dan mempraktikan ilmu pengetahuan yang diperoleh di perkuliahan dengan permasalahan dilapangan yang sebenarnya.

b. Sebagai syarat untuk mendapatkan gelar sarjana Ekonomi , jurusan Ekonomi syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN "Sultan Maulana Hasanuddin"Banten

### 2. Bagi perusahaan (Go-Jek )

a. Sebagai masukan bagi pimpinan perusahaan untuk mengetahui sejauh mana *Service quality* yang diberikan terhadap pelanggan Go-Jek di Kelurahan Kalideres.

b. Sebagai referensi dalam mengambil kebijakan perusahaan ,sehingga dapat meningkatkan *Service quality* yang optimal untuk meningkatkan *Customer Satisfaction.*

c. Sebagai rencana kedepan dalam rangka peningkatan efektifitas kinerja pegawai dalam meningkatkan kualitas.

### 3. Bagi Kampus

a. Sebagai kajian dan ilmu pengetahuan terutama yang bekaitan dengan pelayanan dan kepuasan pelanggan di bidang jasa.

b. Sebagai tambahan referensi dan koleksi perpustakaan kampus dalam rangka pengumpulan hasil riset yang telah dilakukan mahasiswa.

c. Sebagai koleksi kajian empiris dalam pengembangan ilmu pengetahuan dan pengabdian kepada masyarakat dan bahan acuan untuk peneliti lain yang ingin melakukan penelitian.

## G. Kerangka Pemikiran

Kebutuhan manusia (*human needs*) adalah suatu rasa yang timbul secara alami dari dalam diri manusia untuk memenuhi segala sesuatu yang diperlukan dalam kehidupannya.kebutuhan-kebutuhan ini kemudian memunculkan keinginan manusia untuk memperoleh sesuatu yang dibutuhkan tersebut sebagai alat pemuas kebutuhan hidupnya. Ketika kebutuhan yang berupa barang atau jasa tidak dapat disediakan sendiri, tentu saja diperlukan jasa atau layanan dari pihak lain yang mampu menyediakan kebutuhan.[7] Layanan sangat penting bagi seseorang apalagi bisnis di bidang jasa harus mengutamakan *Service quality* bagi pelanggannya, *Service quality* harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir dengan *Customer Satisfaction.* Dengan mengetahui

[7] Atep Adya Barata, *Dasar Dasar Pelayanan Prima*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2004), 4

kebutuhan pelanggan maka suatu perusahaan di bidang jasa akan mengetahui pelayanannya memuaskan pelanggan atau tidak.

Menurut Parasuraman, Zeithaml dal L.L Berry dalam Tjiptono (1997), kualitas pelayanan adalah perbedaan antara harapan pelanggan akan suatu pelayanan dengan persepsi mereka akan pelayanan yang mereka terima. Tujuan pelayanan adalah memberikan pelayanan yang dapat memenuhi dan memuaskan pelanggan atau masyarakat serta memberikan fokus pelayanan kepada pelanggan. Perbedaan antara pelayanan yang diterima dengan yang diharapkan (*customer Satisfaction*) harus diminimalisir agar hasilnya bagus.

Kepuasan pelanggan atau *Customer Satisfaction* adalah "Persepsi dan perasaan senang atau kecewa yang dimiliki oleh pelanggan berdasarkan perbandingan kinerja jasa yang dirasakan dan diharapkan"

Kepuasan pelangganpun dapat dicapai apabila pegawai yang memberi pelayanan berpedoman pada visi, misi pelayanan (terpenuhinya pelayanan yang sesuai keiinginan pelanggan.[8]

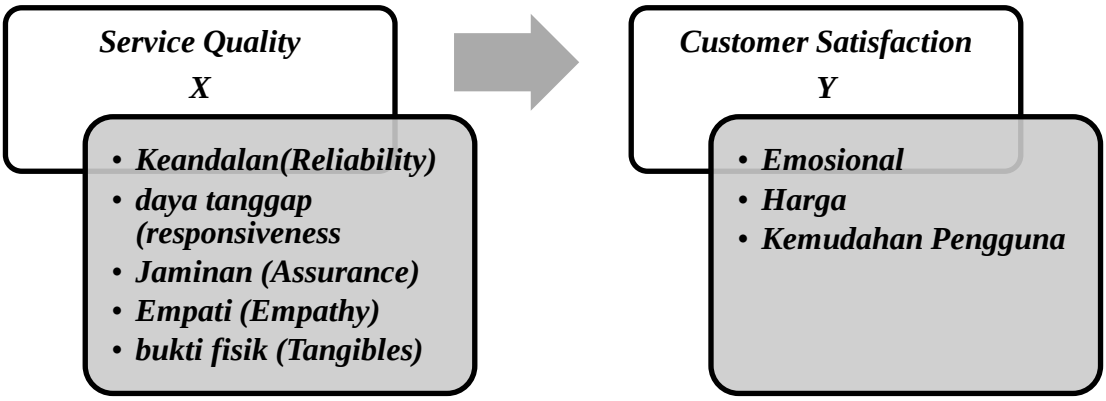
---

[8] Sedarmayanti , *Reformasi Administrasi public, reformasi birokrasi, dan kepemimpinan masa depan(mewujudkan pelayanan prima dan kepemerintahan)*, (Bandung: Refika Aditama, 2013), 265

Dari teori diatas dapat di bentuk kerangka berfikir dibawah ini:

**Gambar 1.1**

**Kerangka pemikiran**




**Sumber : Data yang di olah oleh penulis**

## H. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan skripsi yang merupakan hasil penelitian ini terdiri dari :

**BAB I :** **PENDAHULUAN,** yang didalamnya membahas latar belakang masalah, Identifikasi masalah, Rumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerangka pemikiran,metode penelitian,dan sistematika penulisan.

**BAB II :** **KAJIAN PUSTAKA,** yang meliputi *Service quality*, dan *Customer Satisfaction* .

**BAB III :** **METODOLOGI PENELITIAN,** yang didalamnya meliputi, tempat dan waktu penelitian, metode penelitian, teknik pengumpulan data, teknis analisis data. Operasional variabel penelitian.

**BAB IV :** **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**, bab ini berisi tentang pengaruh *Service quality* terhadap *Customer Satisfaction*, dan gambaran umum responden, deskriptif karakteristik responden, pengujian hipotesis, dan interpretasi data.

**BAB V :** **PENUTUP,** meliputi kesimpulan dan saran penelitian yang dilakukan oleh penulis.