BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Masyarakat membutuhkan pelayanan untuk memenuhi berbagai macam kebutuhan yang tidak dapat dipenuhi sendiri, bahkan secara ekstrim dapat dikatakan bahwa pelayanan tidak dapat dipisahkan dengan kehidupan manusia. Pelayanan yang sering dibutuhkan dalam bentuk barang maupun jasa .

Go-Jek Indonesia adalah suatu jasa transportasi yang ada di Jakarta yang beroperasi sejak tahun 2011, Go-Jek merupakan pionir penyedia jasa layanan ojek profesional. Berusaha menawarkan faktor kecepatan, keamanan, dan kenyamanan bagi para pelanggannya, Go-Jek tumbuh sebagai startup yang menjanjikan di ibukota dan sekarang sudah merambah di kota-kota besar di Indonesia salah satunya Bandung.

Go-Jek lahir dari ide sang CEO dan Managing Director Nadiem Makarim yang mengaku seorang pengguna ojek. Ojek yang merupakan kendaran motor roda dua ini memang transportasi yang sangat efektif untuk mobilitas di kemacetan kota. Dengan pengalamannya saat naik ojek di jalanan yang macet inilah ia kemudian menciptakan Go-Jek, sebuah layanan antar jemput dengan ojek modern berbasis pesanan. (Go-Jek, 2017)

Strategi proses adalah suatu upaya perusahaan, dalam menjalankan dan melaksanakan aktifitasnya untuk memenuhi kebutusan dan keinginan konsumennya. Cara yang dilakukan perusahaan Gojek Indonesia ini dalam hal penyampaian dengan 3 pelayanan jasa yaitu : Go-jek mampu memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat, dan dapat dipercaya, tepat waktu seperti pelayanan :

1. Jasa kurir, mampu memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat dan dapat dipercaya, tepat waktu seperti pelayanan : 90 minute delivery anywhere in the city.
2. Jasa transportasi (transparent pricing, free shower cap and masker). Dalam pelayanan gojek selalu berusaha untuk membuat konsumen merasa aman dalam hal pemakaian jasa Gojek, juga selalu sopan terhadap konsumen dan selalu mengutamakan kejujuran dan kepercayaan.
3. Jasa delivery makanan (delivering your favorite food under 60 minutes in Jabodetabek). Dalam hal ini Go-jek berusaha menjadikan konsumen seperti partner dan juga menciptakan hubungan relasional yang baik dengan pelanggan.
4. Jasa belanja dengan nominal di bawah 1 juta rupiah (shop for food, ticket, medicine, anything under Rp 1.000.000. We'll pay for it first). Gojek siap dan tanggap untuk menangani respon permintaan konsumen karena gojek melakukan sistem online dalam hal pelayanan juga menyediakan pinjaman dana untuk konsumen yang menggunakan jasa belanja.(Go-Jek,2017)

Perkembangan ojek online juga sangat pesat, kini semakain banyak ojek online yang serupa dengan kualitas pelayanan yang beragam, sehingga persaingan bisnis semakin ketat, untuk itu Gojek selalu meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan, sehingga konsumen semakin terpuaskan. Menurut Tjiptono definisi kualitas pelayanan ini adalah upaya pemenuhan kebutuhan yang dibarengi dengan keinginan konsumen serta ketepatan cara penyampaiannya agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan tersebut.

Tetapi masih banyak konsumen yang mengeluhkan Gojek ini, dari gangguan server, yang kadang loading dan membuat menunggu, pesanan yang tidak sesuai, pesanan yang lama sampai, ini membuat berkurangnya kepuasan konsumen, karena konsumen berharap gojek bisa membantu dalam setiap kesibukan konsumen yang kadang tidak ada waktu untuk membeli atau mengantarkan langsung barang. Suatu produk dikatakan berkualitas apabila dapat memberi

kepuasan sepenuhnya pada konsumen yaitu sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen atas suatu produk.

Hal ini merupakan hal yang menarik dan menimbulkan pertanyaan, apakah Gojek mampu memberikan *customer satisfaction*, terhadap konsumen, sebagai pelopor di bidang jasa transportasi.

Atribut mana saja yang harus dipertahankan dan atribut mana saja yang harus ditingkatkan sesuai dengan tingkat kinerja dan tingkat kepentingan terhadap kepuasan konsumen Gojek Bandung. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu bahan referensi untuk Gojek Bandung dalam melakukan evaluasi dalam memberikan layanan yang terbaik kepada setiap konsumennya. Selain itu, penulis juga menggunakan analisis *customer satisfaction index*, sebagai indikator tambahan dari tanggapan atau respon konsumen terhadap kualitas jasa Gojek Bandung. Metode ini digunakan untuk menentukan tingkat kepuasan secara keseluruhan dengan pendekatan yang mempertimbangkan tingkat kepentingan dari atribut-atribut mutu jasa yang diukur.

Dari analisis, fenomena yang terjadi dan dijelaskan pada halaman sebelumnya, kemudian dari penelitian terdahulu yang membahas penelitian yang serupa, maka dari itulah peneliti ingin melakukan penelitian yang berjudul "Analisis Kualitas Pelalayanan Gojek Bandung dengan Menggunakan Metode *Importance Performance Analysis*."

1.1 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah, maka pertanyaan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimanakah kualitas Gojek Bandung dilihat dari tingkat kesesuaian (Tki) antara kinerja dan kepentingan?

2. Atribut apa sajakah yang harus diperbaiki, dipertahankan atau dikurangi prioritasnya oleh pihak Gojek Bandung?

1.2 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui kualitas Gojek Bandung berdasar dari tingkat kesesuaian (Tki) antara kinerja dan kepentingan.
2. Mengetahui atribut yang harus diperbaiki, dipertahankan atau dikurangi prioritasnya oleh pihak Gojek Bandung

Jurnal Internasional

No	Judul Jurnal	Perumusan Masalah	Metode/Teori yang digunakan	Variabel dependen dan Variabel Independen	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	CAO Canming, Chen Jianjun (2011), *An Empirical analysis of the relationship among the service quality, customer satisfaction and loyalty of high speed railway based on structural equation model.*	Agar mengetahui pengaruh tingkat kualitas pelayanan kereta api, kepuasan pelanggan, dan loyalitas dengan metode SEM	Teknik Structural Equation Modelling	Variabel yang digunakan dalam jurnal ini adalah Service Quality (X_1), Customer Satisfaction (X_2), Customer Loyalty (Y)	kualitas pelayanan kereta api kecepatan tinggi memiliki pengaruh terbesar pada citra perusahaan, dan memiliki pengaruh langsung dan positif pada kepuasan pelanggan, juga memiliki pengaruh tidak langsung pada keluhan pelanggan dan tingkat loyalitas	Kualitas pelayanan	Menggunakan SEM, mencari tingkat loyalitas
2	Gazal Punyani, An Assessment Of Customers' E-Service Quality Perception Through Webqual Scale: A Study On Online Banking Services,2015	Untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan pada servis online banking	Kuantitatif, Analisis Regresi Berganda	Usability, Information Quality, dan Service Interaction	kepuasan pelanggan tergantung pada kualitas website dan dapat dicapai dengan mengelola kegunaan, kualitas informasi dan kualitas interaksi. Kegunaan dan kualitas informasi merupakan faktor yang paling berpengaruh dari kepuasan pelanggan	Sama meneliti kepuasan pelanggan, Metode sama	Menggunakan Analisis Regresi Berganda
3	Jari Juga, Jouni Juntunen, Mari Juntunen (2010), *Service Quality and its Relation to Satisfaction and Loyalty in Logistic Outsourcing Relationship*	Mencari kualitas pelayanan dan kesetiaan dalam konteks Logistic Ousourcing	Analisis SEM	*Service Quality* (X_1), *Satisfaction* (X_2), *Loyalty* (X_3)	menegaskan peran sentral kualitas pelayanan yang dirasakan untuk kepuasan dan kesetiaan	Variabel dependen kualitas pelayanan	Teknik Analisis, Variabel X ada 3
4	Fátima de Jesus Henriques Silva, Paula Odete Fernandes, (2011), *Importance-Performance Analysis As A Tool In Evaluating Higher Education Service Quality: The Empirical Results Of Estig (IPB.*	Mencari tingkat kepuasan dengan menggunakan Analisis IPA	Menggunakan IPA	*Quality of General Aspects, Quality of the Library, Quality of Computer Laboratory Facilities, Quality of Social Services, Quality of Academic Services, Quality of Teaching Aspects, Quality of Undergraduate Programmers,* dan*Quality of External Relations*	siswa puas terhadap performa dari ESTiG.	Teknik sama	Variable lebih dari satu

5	Siew-Phaik Loke, Ayankunle Adegbite Taiwo, Hanisah Mat Salim, Alan G, *Service Quality and Customer Satisfaction in a Telecommunication Service Provider*, (2012)	Peneliti mencari tahu Tingkat kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan di perusahaan telekomunikasi	teknik GAP *Analysis*	*Service Quality* (X_1), *Customer Satisfaction* (Y)	Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa Hipotesis ke dua, tiga, empat, dan lima memiliki hubungan positif yang signifikan terhadap kepuasan konsumen kecuali variabel *tangible*	Variable X sama	Ada variable Y, menggunakan GAP *analysis*

Jurnal Nasional

No	Judul Jurnal	Perumusan Masalah	Metode/Teori yang digunakan	Variabel dependen dan Variabel Independen	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Gretel Giselda, Tagor Muda Panjaitan (2007) Judul jurnal: Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Kepuasan Konsumen Restoran Pulau Dua	Mencari tingkat kualitas pelayanan konsumen di resto Pulau Dua, Senayan	teknik analisis *Path Analysis*	Kualitas Layanan (X), Kepuasan Pelanggan (Y)	adalah sebesar 60,7% kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen restoran Pula Dua. Sedangkan sisanya pengaruh terhadap kepuasan konsumen dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak turut diteliti dalam penelitian ini	Variabel X	Ada variable Y, menggunakan Path Analysis
2	Adi Kurniawan (2012) Judul Jurnal: Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pos Express di PT Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Cukir	Meneliti pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di PT Pos Indonesia	analisis Regresi Linear Berganda	Pengaruh Kualitas Layanan (X), Kepuasan Pelanggan (Y)	secara simultan variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Pos Express PT. Pos Indonesia Kantor Cukir	Variabel X	Ada variable Y, teknik beda
3	Jessica Lauw dan Yohanes Sondang Kunto (2013), Analisa Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di The Light Cup Café Surabaya Town Square Dan The Square Surabaya.	Menganalisa kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di surabaya	teknik analisis regresi linier berganda	Kualitas Layanan (X), Kepuasan Pelanggan (Y)	dimensi kualitas layanan *tangible, reliability* dan *empathy* memiliki pengaruh signifikan dalam pembentukan kepuasan pelanggan, dan semua indikator dimensi *service quality* mempunyai nilai gap *negative*	Variabel X	Ada variable Y, menggunakan teknik beda,

Skripsi

No	Judul Jurnal	Perumusan Masalah	Metode/Teori yang digunakan	Variabel dependen dan Variabel Independen	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Ariessa Palero (2016), Analisis Kualitas Jasa Day Trans Executive Shuttle Travel Menggunakan Metode *Importance Performance Analysis*	Menganalisa tingkat kualitas pelayanan pada Day Trans dengan menggunakan Importance Performance Analysis	Kuantitatif, IPA	Kualitas Pelayanan (X)	Nilai CSI yang diperoleh adalah 91,3%. Berdasarkan interpretasi skala CSI, Bila nilai CSI > 50% maka dapat dikatakan bahwa konsumen dari pengguna jasa DAY TRANS merasa puas, sebaliknya bila CSI < 50% maka konsumen dari DAY TRANS belum puas. Dalam hal ini dapat dikatakan bahwa konsumen Day Trans merasa puas	Variabel X sama, menggunakan teknik sama	Objek peneliti
2	Bintari Dian Sari (2016), Analisis Kualitas *Website* pada Bukalapak di Indonesia	Menganalisa kualitas *website* Bukalapak.	Kuantitatif, IPA	Kualitas Pelayanan (X)	Berdasarkan hasil penelitian pada tingkat kesesuaian (Tki) diketahui bahwa kualitas *website* pada Bukalapak di Indonesia belum baik, karena kinerja yang diberikan oleh pihak Bukalapak belum sesuai dengan harapan konsumen secara keseluruhan, dimana seluruh atribut memiliki nilai Tki dibawah 100%.	Variabel X sama	Objek peneliti beda

Daftar Pustaka

Canming, Cao., Chen Jianjun. (2011). *An Empirical Analysis of the Relationship Among the Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty of High Speed Railway Based on Structural Equations Model. 7*(4), P67-73. *Canadian Social Science*.

Go-Jek (2017). Tentang Go-Jek. [online]. https://www.go-jek.com

Giselda, Gretel, Tagor Muda Panjaitan (2007). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Kepuasan Konsumen Restoran Pulau Dua

Jari Juga, Jouni Juntunen, Mari Juntunen. (2010). *Service Quality and its Relation to Satisfaction and Loyalty in Logistic Outsourcing Relationship*

Kurniawan, Adi .(2012). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pos Express di PT Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Cukir

Lauw, Jessica dan Yohanes Sondang Kunto (2013), Analisa Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di The Light Cup Café Surabaya Town Square Dan The Square Surabaya.

Loke, Siew-Phaik, Ayankunle Adegbite Taiwo, Hanisah Mat Salim, Alan G. (2012). *Service Quality and Customer Satisfaction in a Telecommunication Service Provider*

Palero, Ariessa. (2016). Analisis Kualitas Jasa Day Trans Executive Shuttle Travel Menggunakan Metode *Importance Performance Analysis*

Punyani, Gazal, (2015). An Assessment Of Customers' E-Service Quality Perception Through Webqual Scale: A Study On Online Banking Services

Pohandri, Arie., Sidarto., Winarni. (2013). *Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Dengan Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index Dan Importance Performance Analysis Serta Servis Quality.* Vol. 1 No. 1, 21-29. Jurnal REKAVASI

Sari, Bintari Dian. (2016). Analisis Kualitas *Website* pada Bukalapak di Indonesia

Silva, Fátima de Jesus Henriques, Paula Odete Fernandes, (2011), *Importance-Performance Analysis As A Tool In Evaluating Higher Education Service Quality: The Empirical Results Of Estig (IPB*