

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Sejarah Singkat Go-jek

Go-Jek lahir dari ide dari sang CEO, Nadiem Makarim yang dilatar belakangi oleh kemacetan yang terjadi di Ibukota. Go-Jek merupakan pilihan kendaraan yang sangat efektif untuk mobilitas di kemacetan yang terjadi. Menurut *website* Go-Jek yaitu www.go-jek.com yang diakses pada 31 Agustus 2018, perusahaan Go-Jek telah beroperasi di 50 kota di Indonesia, seperti Jakarta, Bandung, Surabaya, Bali, Makassar, Medan, Palembang, Semarang, Yogyakarta, Balikpapan, Malang, Solo, Manado, Samarinda, Batam, Sidoarjo, Gresik, Pekanbaru, Jambi, Sukabumi, Bandar Lampung, Padang, Pontianak, Banjarmasin, Mataram, Kediri, Probolinggo, Pekalongan, Karawang, Madiun, Purwokerto, Cirebon, Serang, Jember, Magelang, Tasikmalaya, Belitung, Banyuwangi, Salatiga, Garut, Bukittinggi, Pasuruan, Tegal, Sumedang, Banda Aceh, Mojokerto, Cilacap, Purwakarta, Pematang Siantar, dan Madura serta pengembangan di kota-kota lainnya pada tahun mendatang.

Selain layanan utamanya yaitu Go-Ride, Go-Jek juga memiliki layanan lain seperti Saat ini terdapat 19 layanan yang ditawarkan oleh Go-Jek kepada para konsumen.



Gambar 1.1

Logo Go-Jek Indonesia

Sumber : www.go-jek.com

(Senin, 27 Agustus 2018 pukul 13:44 WIB)

1.1.2 Visi dan Misi Go-Jek

1. Visi

“Membantu memperbaiki struktur transportasi di Indonesia, memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam melakukan pekerjaan sehari-hari, serta turut untuk mensejahterakan kehidupan tukang ojek di Jakarta dan Indonesia kedepannya”.

2. Misi

1. Menjadikan Go-Jek Indonesia sebagai jasa transportasi tercepat dalam melayani masyarakat.
2. Menjadikan Go-Jek Indonesia sebagai acuan pelaksanaan kepatuhan tata kelola transportasi yang baik dengan menggunakan kemajuan teknologi.
3. Meningkatkan kepedulian dan tanggung jawab terhadap lingkungan dan sosial.
4. Memberikan layanan prima dan solusi yang bernilai tambah kepada pelanggan.

3. Nilai

Kecepatan, inovasi, dan dampak sosial.

1.2 Latar Belakang Penelitian

Salah satu aspek penting dalam kehidupan manusia saat ini adalah transportasi, karena transportasi memiliki peranan yang cukup besar pada kehidupan dan aktivitas masyarakat sehari-hari. Saat ini aktivitas sehari-hari yang dilakukan oleh manusia sangat banyak, dan untuk menunjang berbagai aktivitas tersebut, transportasi mulai memainkan perannya untuk membantu manusia berpindah dari satu tempat ke tempat lainnya. Dengan adanya transportasi memudahkan manusia untuk mendatangi berbagai tempat dalam jarak yang dekat maupun jarak yang jauh.

Beberapa penelitian telah cukup banyak dilakukan untuk melihat faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi mahasiswa dalam pemilihan transportasi. Tamin (2000) dalam penelitiannya mengungkap faktor-faktor yang dapat mempengaruhi pemilihan transportasi yang dikelompokkan menjadi empat meliputi :

1. Karakteristik pengguna jalan yang dipengaruhi oleh :
 - a. Ketersediaan atau kepemilikan angkutan pribadi. Semakin tinggi kepemilikan angkutan pribadi akan semakin kecil pula ketergantungan pada angkutan umum.
 - b. Pemilikan surat izin mengemudi (SIM).
2. Ciri pergerakan yang dipengaruhi oleh :
 - a. Tujuan pergerakan, contohnya pergerakan ke tempat kerja di negara maju biasanya lebih mudah dengan menggunakan angkutan umum karena ketepatan waktu dan tingkat pelayanannya sangat baik dan ongkos relatif murah dibanding angkutan pribadi. Akan tetapi sebaliknya, yang terjadi di negara berkembang. Orang masih tetap menggunakan angkutan pribadi menuju tempat kerja meskipun lebih mahal karena tingkat pelayanan angkutan umum yang buruk.
 - b. Jarak perjalanan, semakin jauh perjalanan seseorang cenderung menggunakan angkutan umum dibandingkan angkutan pribadi.

3. Ciri fasilitas transportasi yang meliputi waktu perjalanan, biaya transportasi, tingkat kepuasan pengguna, terkait keamanan, kenyamanan, keselamatan, ketertarikan, dan intensitas penggunaan.
4. Karakteristik lingkungan sekitar meliputi kepadatan permukiman dan kepadatan rute perjalanan.

Subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa/i Institut Teknologi Bandung yang pernah menggunakan transportasi *online* Go-Jek. Menurut data dari *website* Institut Teknologi Bandung (<https://www.itb.ac.id> diakses pada 12 Januari 2019 pukul 13:24 WIB) saat ini mahasiswa/i aktif berjumlah dua puluh satu ribu orang hingga angkatan 2018. Sedangkan menurut data dari Okezone, (<https://news.okezone.com/read/2015/12/28/65/1275934/kota-pelajar-favorit-di-indonesia> diakses pada 12 November 2018 pukul 15:54 WIB) selain kota Bandung menjadi destinasi wisata oleh para wisatawan, kota Bandung juga menjadi pilihan sebagai kota pelajar dimana terdapat beberapa universitas ternama baik Perguruan Tinggi Negeri (PTN) dan Perguruan Tinggi Swasta (PTS). Institut Teknologi Bandung menjadi pilihan pertama yang paling banyak diminati oleh calon mahasiswa/i dari luar kota Bandung bahkan luar Pulau Jawa.

Tabel 1.1
Universitas Favorit di Kota Bandung

No	Universitas
1	Institut Teknologi Bandung
2	Universitas Padjajaran
3	Universitas Pendidikan Indonesia

Sumber : www.news.okezone.com

(Senin, 12 November 2018 pukul 15:24 WIB)

Dengan karakteristik mayoritas mahasiswa/i Institut Teknologi Bandung berasal dari luar kota Bandung hingga luar Pulau Jawa yang membutuhkan transportasi untuk memenuhi kebutuhan dan aktivitas sehari-hari. Hasil penelitian

dari Febby Nugrayolanda (2016), mahasiswa yang tinggal di rumah pribadi tingkat kepemilikan kendaraannya lebih tinggi dari pada mahasiswa yang tinggal di kontrakan dan kos-kosan. Mahasiswa yang tinggal di rumah pribadi pada umumnya tinggal bersama orang tuanya dan diberi fasilitas kendaraan. Hal ini yang mengurangi ketergantungan mahasiswa menggunakan angkutan umum. Sementara mahasiswa yang tinggal di kontrakan dan kos-kosan, tingkat kepemilikan kendaraan lebih rendah karena rata-rata mahasiswa merupakan penduduk pendatang.

Kemacetan dapat didefinisikan sebagai kondisi dimana kebutuhan lebih besar dibanding fasilitas yang menunjang pemenuhan kebutuhan tersebut. Dalam situs news.detik.com (<https://news.detik.com/berita-jawa-barat/d-1132245/jalur-taman-sari-ganesa-macet> diakses pada 12 Januari 2018 pukul 13:23 WIB) kemacetan sering terjadi pada beberapa ruas jalan sekitar kampus di Kota Bandung, dimana salah satu lokasi rawan kemacetan terjadi pada ruas jalan Ganesha yang merupakan salah satu ruas jalan sebagai akses menuju Institut Teknologi Bandung. Kondisi tersebut terjadi dikarenakan adanya kesamaan waktu beraktivitas oleh mahasiswa, dosen, dan karyawan menuju kampus sehingga terjadi penggunaan ruas jalan secara bersamaan.

Penggunaan transportasi umum sebenarnya menjadi pilihan yang paling tepat dalam memecahkan masalah kemacetan. Kemajuan teknologi di bidang transportasi menjadi kenyataan sosial budaya yang terjadi di masyarakat, bahwa saat ini internet sangat berpengaruh kepada masyarakat dalam menjalani kehidupan. Melihat kejadian yang seperti itu, perusahaan ojek memberikan solusi baru untuk mempermudah perjalanan. Dimana saat ini masyarakat tidak perlu lagi pergi ke pangkalan ojek, cukup dengan hanya mengunduh sebuah aplikasi kita bisa memesan transportasi *online* sesuai kebutuhan. Menurut hasil riset Pusat Kajian Komunikasi Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia (Puskakom UI) yang dilakukan pada 6-11 April 2017, masyarakat lebih memilih menggunakan transportasi *online* karena merasa nyaman dan aman.

Di Indonesia sendiri telah berkembang sebuah perusahaan ojek *online* yang sudah dikenal masyarakat yaitu Go-Jek. Go-Jek sendiri adalah pelopor ojek *online* di Indonesia, perusahaan ini bergerak di bidang jasa layanan transportasi sebagai perantara yang menghubungkan antara para *driver* dengan pelanggan. Go-Jek merupakan perusahaan yang didirikan oleh anak bangsa yang bernama Nadiem Makarim bersama temannya Michaelangelo Moran pada Maret 2014, yang bertujuan untuk mengurangi pengangguran di Indonesia dan menjadi solusi kemacetan di ibukota. Perusahaan yang menyediakan transportasi berbasis online ini memberikan pelayanan utama yaitu GO-RIDE melayani pengantaran penumpang. Selain pengantaran penumpang, Go-Jek juga memberikan pelayanan seperti GO-SEND melayani pengiriman barang, GO-FOOD melayani pemesanan makanan, GO-MART melayani pemesanan di outlet seperti Indomaret, AlfaMart dan sejenisnya, GO-TIX melayani pemesanan tiket konser dan sejenisnya, GO-BOX melayani pengiriman barang dengan skala yang besar, GO-CLEAN melayani pembersihan rumah atau kantor, serta GO-MASSAGE melayani pijatan.

Go-Jek hadir menawarkan hal yang didambakan di kalangan mahasiswa untuk memenuhi kebutuhan dan aktivitas sehari-hari. Go-Jek telah menjadi alat transportasi kekinian yang digunakan oleh mahasiswa menggantikan peran ojek konvensional. Menurut Medium.com ([https://medium.com/kolektif-agora/mengapa-memilih-ojek-online-2e6a58d18403diakses](https://medium.com/kolektif-<u>agora/mengapa-memilih-ojek-online-2e6a58d18403</u>diakses) diakses pada 25 Oktober 2018 pukul 23:34 WIB) ada beberapa faktor yang menjadikan mahasiswa lebih memilih menggunakan transportasi *online* dibandingkan dengan transportasi konvensional :

1. Ojek *online* lebih praktis dan transparan

Untuk menggunakan Go-Jek, pelanggan hanya perlu memesan melalui aplikasi, secara otomatis *driver* yang akan menghampiri lokasi dimana pelanggan berada. Selain itu, pelanggan juga bisa langsung mengetahui tarif yang harus dibayarkan.

2. Ojek *online* relatif murah

Mahasiswa sangat senang dengan adanya ojek *online* karena selain praktis, juga menawarkan harga yang relatif murah daripada ojek pangkalan. Dengan harga yang terjangkau maka mahasiswa dapat menghemat pengeluaran untuk membeli kebutuhan lainnya.

3. Ojek *online* lebih cepat

Bagi mahasiswa yang memiliki tempat tinggal yang cukup jauh, waktu harus dimanfaatkan dengan baik agar tidak terlambat. Secara hitungan waktu yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan, ojek *online* lebih cepat dibandingkan dengan angkutan umum lainnya. Kehadiran ojek *online* memberikan pengaruh yang positif di kalangan mahasiswa karena mempermudah aktivitas perkuliahan.

Menurut Adhi Baskara dalam situs Tirto.id (<https://tirto.id/go-jek-unicorn-pertama-indonesia-yang-siap-mendunia-bxrl> diakses pada 12 September 2018 pukul 22:27 WIB), Go-Jek merupakan salah satu perusahaan *unicorn* di Indonesia. Perusahaan *unicorn* merupakan perusahaan yang memiliki nilai valuasi di atas US\$ 1 miliar. Go-Jek menjadi perusahaan terbesar di Indonesia dengan total mencapai \$1.75 miliar. Di atas Tokopedia, Traveloka dan Bukalapak. Dari hasil survei Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) pada 5-16 April 2017 yang diterbitkan pada situs Tempo.co, aplikasi Go-Jek menduduki peringkat tertinggi yang dipilih oleh konsumen sebanyak 72,6% kemudian disusul oleh Grab sebanyak 66,9% dan yang terakhir adalah Uber sebanyak 51%.

Tabel 1.2

Rank transportasi online di Indonesia 2017

Tahun	App Store (IOS)			Play Store (Android)		
	Go-jek	Grab	Uber	Go-jek	Grab	Uber
Awal 2015	1180	150	1480	441	440	495
2015	140	140	145	52	54	220
2016	141	141	141	53	54	53
2017	136	141	142	49	51	54

Sumber : www.id.techinasia.com

(Kamis, 13 September 2018 pukul 19:55 WIB)

Awal didirikannya aplikasi Go-Jek pada *App Store*, Go-Jek jauh tertinggal dari pesaingnya, yaitu berada di posisi 1180, Grab berada di posisi 150. Tetapi, pada tahun 2016 hingga 2017 aplikasi Go-Jek mengalami peningkatan peringkat yang cukup besar, kemudian disusul oleh pesaing-pesaingnya.

Sedangkan pada *Play Store* di awal 2015 Go-Jek berada di posisi 440, disusul dengan pesaingnya yaitu Grab di posisi 441, sedangkan Uber berada di posisi 495. Pada tahun 2015 Go-Jek mengalami peningkatan yaitu berada di posisi 52, disusul oleh Grab di posisi 54, dan Uber di posisi 220. Pada tahun 2016 Go-Jek mengalami sedikit penurunan menjadi posisi 53, Grab naik di posisi 52, Uber juga ikut mengalami peningkatan menjadi posisi 53 menyusul Go-Jek. Tahun 2017 Go-Jek kembali mengalami peningkatan yaitu berada pada posisi 49, disusul oleh Grab yang memiliki posisi tidak jauh berbeda, sedangkan Uber mengalami penurunan pada posisi 54. Berdasarkan data di atas perusahaan transportasi *online* Go-Jek masih dikatakan lebih unggul dari para pesaing.

Tabel 1.3
Pertumbuhan Driver Go-jek

Tahun	Pertumbuhan
2015	12.000
2016	220.000
2017	900.000

Sumber : www.tekno.kompas.com

(Kamis, 13 September 2018 pukul 17:40 WIB)

Dari data yang terdapat pada tabel diatas dapat dilihat bahwasanya pertumbuhan *driver* Go-Jek di Indonesia secara keseluruhan mengalami peningkatan setiap tahunnya. Banyaknya *driver* Go-Jek yang telah bergabung membuat banyak komunikasi yang terjadi antara *driver* Go-Jek dengan konsumen baik formal maupun informal.

Alasan penulis memilih untuk meneliti pengaruh komunikasi terhadap kepuasan pelanggan transportasi *online* Go-Jek dikarenakan beberapa faktor, diantaranya :

1. Go-Jek merupakan salah satu perusahaan *unicorn* di Indonesia. Perusahaan *unicorn* merupakan perusahaan yang memiliki nilai valuasi di atas US\$ 1 miliar.
2. Go-Jek menjadi perusahaan terbesar di Indonesia dengan total mencapai \$1.75 miliar. Diatas tokopedia, traveloka dan bukalapak.
3. Pertumbuhan *driver* Go-Jek di Indonesia secara keseluruhan mengalami peningkatan setiap tahunnya. Jumlah *driver* ditahun 2015 mencapai 12.000, dan ditahun 2017 menjadi 900.000.
4. Banyaknya *driver* Go-Jek yang telah bergabung membuat banyak komunikasi yang terjadi antara *driver* Go-Jek dengan konsumen.
5. Mediaindonesia.com mengungkapkan bahwa pada 2017, sebanyak 41% konsumen mengaku pernah dikecewakan oleh pelayanan transportasi *online*. Kualitas dari pelayanan transportasi *online* akan berimbas pada kepuasan pelanggan.

6. Menurut metrotvnews.com kota Bandung menepati urutan ke-2 sebagai kota termacet di Indonesia pada tahun 2017. Rata-rata kemacetan yang terjadi berada di kisaran 42,7 jam per tahun.
7. Berdasarkan data statistik dari dinas perhubungan kota Bandung data.bandung.go.id kecamatan Coblong menjadi salah satu kecamatan di kota Bandung dengan jumlah penduduk yang sangat padat.
8. Dilansir dari laman berita news.okezone.com Institut Teknologi Bandung menjadi pilihan pertama yang paling banyak diminati oleh calon mahasiswa/i dari luar kota Bandung bahkan luar Pulau Jawa.
9. Nasional.tempo.co pada Agustus 2015 puluhan sopir taksi kepung Institut Teknologi Bandung untuk menolak kehadiran Go-Jek di kota Bandung.
10. Dilansir dari ayobandung.com Institut Teknologi Bandung simpan kunci jawaban legalitas Go-Jek.
11. Dalam situs Style.tribunews.com pada Februari 2017, seorang *driver* Go-Jek di Bandung dipecat karena kata-kata *driver* yang kurang sopan sehingga seorang pelanggan yaitu mahasiswi Institut Teknologi Bandung memberikan tanggapan yang buruk.
12. Regional.kompas.com pada September 2018, seorang *driver* Go-Jek di Batam diberhentikan karena mencaci maki pelanggan dengan kata-kata yang kasar melalui pesan singkat.

Saat berkomunikasi dengan orang lain, kita sering mengalami perbedaan pendapat yang menyebabkan terjadinya konflik. Untuk menghindari kejadian seperti itu dibutuhkan kemampuan berkomunikasi yang baik dan efektif. Komunikasi merupakan unsur yang sangat penting dalam proses berinteraksi antar manusia. Definisi komunikasi yang diungkapkan oleh Laswell (2004:39) *who sayswhat in witch channel to whom with what effect*, dapat diartikan sebagai siapa yang mengatakan apa melalui media apa kepada siapa dengan efek apa.

Kemampuan berkomunikasi yang baik sangat diperlukan seseorang untuk berinteraksi dengan orang lain. Terutama jika segala aktivitas yang dilakukan

sehari-hari harus berhubungan dengan orang lain yang dimana orang tersebut harus memiliki kemampuan untuk bisa berkomunikasi dengan baik.

Salah satu pekerjaan yang berkomunikasi dan berhadapan langsung dengan orang lain adalah *driver* transportasi *online*. *Driver* transportasi *online* dituntut untuk bisa berkomunikasi yang baik dengan pelanggan. Tetapi kejadian yang sering kita lihat menunjukkan bahwa masih banyak *driver* transportasi *online* yang belum bisa untuk berkomunikasi dengan baik.

Dalam penelitian ini penulis melihat ada suatu permasalahan yang timbul dari konsumen transportasi *online* yang berimbas pada kepuasan pelanggan. Dilansir dari laman berita Mediakonsumen.com, terdapat beragam keluhan yang dialami konsumen, yaitu antara lain *driver* marah hanya karena ditanya plat nomor, *driver* tidak sopan dan tidak ramah hanya karena lama menunggu pelanggan, *driver* tidak memiliki etika, *driver* tidak sopan dan berbicara kasar yang melecehkan dan merendahkan pelanggan.

Kepuasan pelanggan itu penting karena tujuan utama dari bisnis adalah membuat pelanggan merasa puas. Menurut Assauria (2012:12) bahwa kepuasan pelanggan merupakan indikator yang penting untuk mengukur kinerja bisnis perusahaan. Jika perusahaan mampu untuk memuaskan pelanggan maka itu akan menjadi penentu bagi keberhasilan bisnis perusahaan. Dengan pelanggan merasa puas, maka bisa memberikan banyak manfaat di antaranya terjalinnya hubungan baik antara perusahaan dengan pelanggan, dan membuat pelanggan melakukan pembelian ulang.

Dilihat dari latar belakang dan permasalahan diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai pengaruh komunikasi terhadap kepuasan pelanggan transportasi *online* Go-Jek. Oleh karena itu, penulis mengangkat judul penelitian mengenai **Pengaruh Komunikasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Transportasi *Online* Go-Jek (Studi Kuantitatif Pada Mahasiswa/i Institut Teknologi Bandung)**.

1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan penjelasan dari latar belakang, identifikasi masalah dari penelitian ini adalah seberapa besar pengaruh komunikasi terhadap kepuasan pelanggan Go-Jek pada mahasiswa/i Institut Teknologi Bandung.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari identifikasi masalah, maka tujuan penulis melakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh komunikasi terhadap kepuasan pelanggan Go-Jek pada mahasiswa/i Institut Teknologi Bandung.

1.5 Kegunaan Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak. Kegunaan penelitian ini dikelompokkan menjadi dua yaitu kegunaan teoritis dan kegunaan praktis. Adapun kegunaan yang diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1.5.1 Kegunaan Teoritis

1. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai pengetahuan di bidang *marketing communication* terutama dapat memberikan pengetahuan yang berkaitan dengan komunikasi.
2. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bandingan bagi penelitian berikutnya.

1.5.2 Kegunaan Praktis

1. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan peningkatan wawasan, pengetahuan dan pengalaman bagi penulis sendiri dalam menganalisa sekaligus menerapkan ilmu yang sudah dipelajari selama perkuliahan serta mengetahui pengaruh dari komunikasi terhadap kepuasan pelanggan transportasi *online* Go-Jek.

2. Bagi Perusahaan

Diharapkan dari penelitian ini bisa menjadi referensi dan pedoman untuk pihak terkait yakni Go-Jek agar dapat menjadi lebih baik terutama dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

3. Bagi Pihak Lain

Diharapkan penelitian ini bisa memberikan informasi kepada pihak lain yang ingin mengetahui atau bahkan mendalami mengenai komunikasi serta pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan.

1.6 Tahapan dan Rencana Penelitian

Penyusunan penelitian ini dilakukan serta direncanakan dengan 5 tahapan yang digambarkan dalam tabel berikut ini :

Tabel 1.4
Tahapan dan Rencana

No	Tahapan	2018				
		Agu	Sep	Okt	Nov	Des
1	Persiapan awal dalam pengumpulan data dengan cara pencarian informasi yang terkait.					
2	Pengumpulan teori yang dijadikan sebagai kajian pustaka dan pembuatan kerangka pemikiran.					
3	Pengumpulan data primer dengan melakukan sebar kuisisioner.					
4	Penyusunan hasil dan pembahasan penelitian.					
5	Penyelesaian data dan meliputi kesimpulan dan saran.					

Sumber : Hasil Olahan Penulis

1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini menggunakan sampel dari para mahasiswa/i Institut Teknologi Bandung yang pernah menggunakan transportasi *online* Go-Jek, dan objek dari penelitian ini adalah *driver* Go-Jek.

Waktu dan periode penelitian ini dimulai sejak bulan Agustus 2018 dan direncanakan selesai hingga bab 3 pada bulan Oktober 2018. Sedangkan untuk pengumpulan data, bab 4 dan 5 dilanjutkan pada bulan Oktober hingga Desember 2018.