

BAB I

PENDAHULUAN

Bab ini memuat uraian mengenai latar belakang permasalahan, perumusan masalah, tujuan penelitian, batasan-batasan yang diterapkan, serta sistematika penulisan laporan yang digunakan sebagai acuan dalam pelaksanaan penelitian.

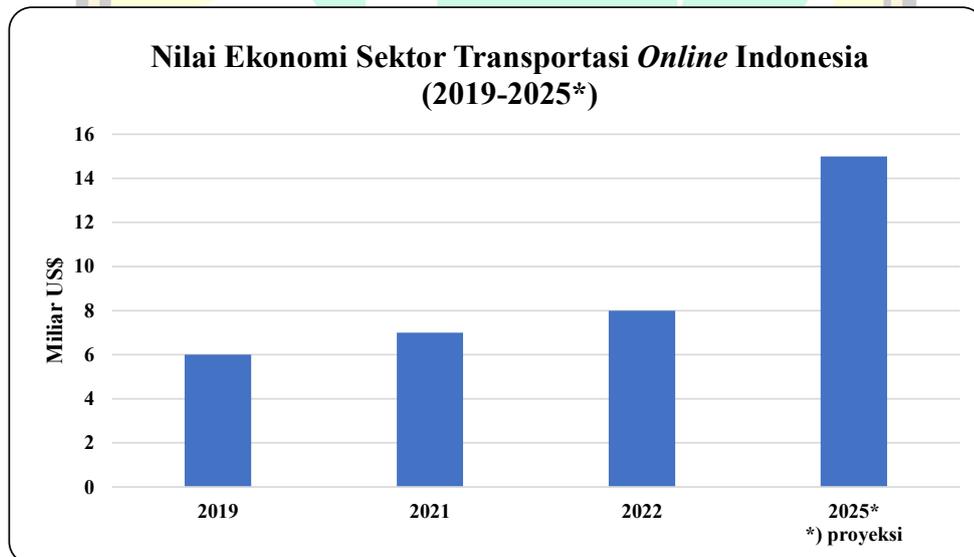
1.1 Latar Belakang

Revolusi Industri merupakan transformasi signifikan dalam bidang teknologi yang memicu perubahan dalam berbagai sektor ke kehidupan manusia. Perubahan tersebut berperan penting dalam meningkatkan efisiensi dan mempermudah aktivitas manusia sehari-hari (Schawab, 2017). Periode revolusi industri dimulai pada tahun 1750 yang dikenal sebagai Revolusi Industri 1.0, ditandai dengan penemuan mesin uap. Kemudian pada tahun 1870 terjadi pergeseran menuju Revolusi Industri 2.0, ditandai dengan pemanfaatan tenaga listrik sebagai sumber energi utama dalam proses produksi. Revolusi Industri 3.0 mulai berkembang seiring dengan penggunaan mesin otomatis yang dapat dikendalikan, penerapan robot sederhana, dan integrasi komputer dalam kegiatan industri. Saat ini, perkembangan teknologi telah memasuki fase Revolusi Industri 4.0, di mana sistem industri mulai terintegrasi secara digital melalui pemanfaatan jaringan dan teknologi informasi (Annisa, 2021).

Revolusi Industri 4.0 memiliki skala, ruang lingkup, serta kompleksitas yang lebih besar dibandingkan revolusi industri sebelumnya. Revolusi Industri 4.0 memengaruhi seluruh aspek kehidupan, termasuk perekonomian dan aspek bisnis (Oktandi & Ardiansyah, 2023). Dikutip dari Crystrie dan Adhianur (2022), adanya perkembangan teknologi internet membuat banyak masyarakat menggunakan gawai dalam kehidupan sehari-hari dan bahkan dapat menghubungkan jutaan orang di seluruh dunia. Hal tersebut mendukung berdiri dan berjalannya bisnis dan perdagangan berbasis *online*, salah satunya adalah layanan transportasi *online*.

Layanan transportasi berbasis *online* memungkinkan penumpang dapat dengan mudah memesan layanan transportasi melalui aplikasi yang terpasang di ponsel pintar mereka.

Secara faktual, transportasi *online* mengakomodasi sebagian besar kebutuhan mobilitas masyarakat Indonesia (Ismail et al., 2019). Dikutip dari CNBC Indonesia (2020), terdapat 21,7 juta orang di Indonesia yang menggunakan layanan transportasi *online*. Menurut hasil riset Google, Temasek, dan Bain & Company yang dikutip oleh Katadata (2022), dilaporkan nilai transaksi layanan transportasi *online*, termasuk layanan taksi dan ojek *online* serta layanan pesan-antar makanan (*food delivery*) mencapai US\$ 6 miliar atau sekitar 92 triliun rupiah pada tahun 2019. Angka tersebut meningkat tiap tahunnya dan diproyeksikan akan naik menjadi US\$ 15 miliar atau sekitar 231 triliun rupiah pada tahun 2025. Nilai ekonomi sektor transportasi *online* dapat dilihat pada **Gambar 1.1**.

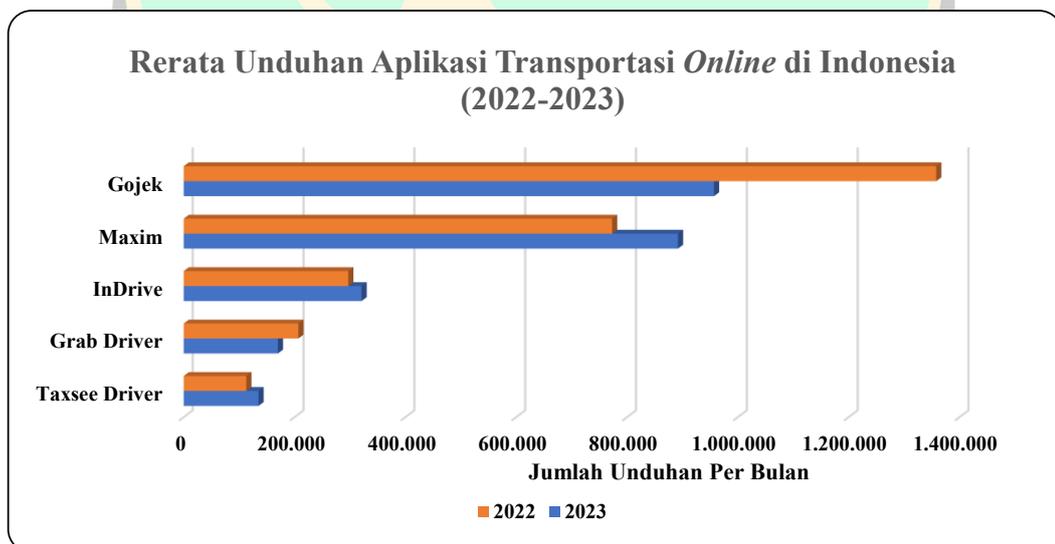


Gambar 1.1 Nilai Ekonomi Sektor Transportasi *Online* Indonesia
(Sumber: www.databoks.katadata.co.id)

Layanan transportasi berbasis aplikasi mulai dikenal di Indonesia seiring kemunculan Gojek pada tahun 2010. Berdasarkan laporan Solusi Bisnis Indonesia (2017), pada awal operasionalnya, Gojek belum menunjukkan perkembangan yang signifikan. Perubahan mulai terjadi pada tahun 2014, ketika kehadiran Uber dan GrabTaxi di pasar Indonesia menarik perhatian sejumlah investor untuk

menanamkan modal di Gojek (Kurniawan, 2023). Meningkatnya pengguna telepon pintar dan saluran *online* di Indonesia mengakibatkan semakin banyaknya masyarakat di Indonesia yang beralih ke layanan transportasi *online* karena penggunaannya yang sangat mudah dan sederhana (Yonantan, 2023).

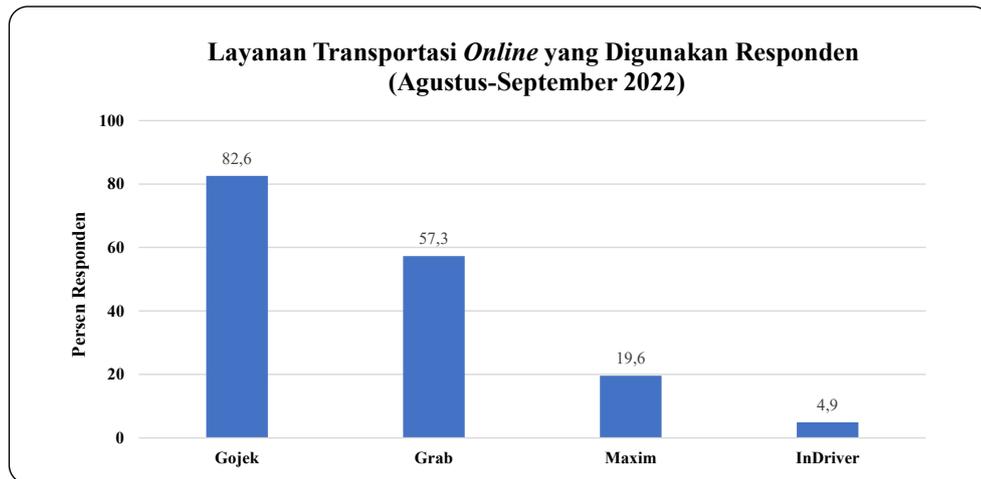
Pada tahun 2015, Gojek merupakan satu satunya layanan transportasi *online* yang mempunyai aplikasi. Pesaing Gojek muncul di tahun yang sama ketika adanya GrabBike, layanan baru dari GrabTaxi yang memungkinkan pengguna bisa langsung memesan tanpa harus mengunduh aplikasi baru. Lalu beberapa tahun kemudian, muncul beberapa pesaing baru seperti berdirinya Maxim pada tahun 2018 dan masuknya InDrive di pasar Indonesia pada tahun 2019 yang menawarkan layanan dengan harga yang lebih terjangkau. Perusahaan-perusahaan tersebut pada awalnya dimulai sebagai layanan taksi sepeda motor dan telah memperluas layanan mereka dengan layanan tumpangan mobil, pengiriman makanan, serta pengiriman paket. Berdasarkan data Laporan *The State of Mobile 2024 Report* yang dirangkum oleh Katadata (2024), Gojek, Grab, Maxim, dan InDrive termasuk aplikasi transportasi *online* dengan rerata unduhan terbanyak sepanjang 2022–2023. Jumlah unduhan setiap aplikasi ditunjukkan pada **Gambar 1.2**.



Gambar 1.2 Rerata Unduhan Aplikasi Transportasi *Online* di Indonesia

Pada Agustus hingga September tahun 2022, Institute for Development of Economics and Finance (INDEF) melakukan survei layanan transportasi *online*

yang digunakan oleh pelanggan Indonesia di beberapa kota seperti Jabodetabek, Bandung, Palembang, Bali, Yogyakarta, dan Balikpapan. Posisi teratas diduduki Gojek dengan total pengguna sebanyak 82% dari 2.310 responden, Kemudian pengguna lainnya ada yang menggunakan layanan Grab, Maxim, dan Indriver dengan proporsi terlihat seperti pada **Gambar 1.3**.



Gambar 1.3 Layanan Transportasi *Online* yang digunakan Responden INDEF (Sumber: www.databoks.katadata.co.id)

Berdasarkan kajian dari INDEF, preferensi masyarakat dalam memilih aplikasi transportasi online di Indonesia dipengaruhi oleh tingkat kepuasan mereka terhadap kinerja masing-masing aplikasi. Gojek dipersepsikan sebagai aplikasi yang paling memuaskan karena mampu memberikan rasa aman yang lebih tinggi kepada penggunanya. Menariknya, meskipun sebagian pengguna juga menginstal aplikasi lain, Gojek tetap menjadi pilihan utama dalam penggunaan sehari-hari. Fenomena ini mencerminkan bahwa kepuasan dan loyalitas pelanggan memiliki peran yang sangat signifikan dalam menentukan pilihan merek, termasuk dalam konteks penggunaan layanan transportasi berbasis digital.

Kepuasan pelanggan juga memiliki hubungan yang erat dengan ulasan yang diberikan, termasuk pemberian ulasan aplikasi. Artikel Anderson (1998) menunjukkan bahwa pengguna yang puas lebih cenderung memberi evaluasi positif, sedangkan ketidakpuasan mendorong evaluasi negatif. Studi lanjutannya memperluas konsep ini ke ranah *Word of Mouth* digital (e-WOM), termasuk ulasan

di Google Play sebagai bentuk modernnya. Ulasan aplikasi mencerminkan penilaian pengguna terhadap kualitas dan pengalaman mereka saat menggunakan aplikasi. Pengguna dapat memberikan bintang satu sebagai nilai yang paling buruk hingga bintang lima sebagai nilai yang paling baik. Berdasarkan ulasan di Google Play, aplikasi layanan transportasi *online* di Indonesia memiliki peringkat yang cukup baik; Gojek 4,6 bintang, Grab 4,8 bintang, dan Maxim 4,9 bintang.

Kepuasan maksimal pengguna dalam menggunakan suatu aplikasi dapat ditandai dengan pemberian ulasan positif. Pemberian bintang lima menjadi sarana pelanggan untuk mengungkapkan bahwa pengalaman mereka sangat memuaskan, Semakin puas pengguna dengan pengalaman layanan yang diberikan, semakin besar kemungkinan mereka memberikan penilaian tertinggi sebagai bentuk apresiasi dan loyalitas. Pada layanan transportasi *online*, pengguna biasanya menyampaikan kepuasannya melalui pemberian bintang lima pada berbagai macam faktor: harga layanan yang murah, kualitas pelayanan yang baik, hingga aplikasi yang mudah digunakan. Rangkuman persentase ulasan positif untuk beberapa layanan transportasi *online* pada bulan Januari 2025 dapat dilihat pada **Tabel 1.1**.

Tabel 1.1 Rangkuman Ulasan Positif Layanan Transportasi *Online* – Januari 2025

Alasan Umum	Ringkasan Ulasan	Jumlah Ulasan					
		Gojek	% Gojek	Grab	% Grab	Maxim	% Maxim
Kepuasan	Memuaskan	203	62,8%	151	59,4%	348	49,2%
	Tanpa keluhan	6	1,9%	3	1,2%	9	1,3%
Harga Layanan	Murah	22	6,8%	6	2,4%	56	7,9%
	Promo	50	15,5%	19	7,5%	0	0,0%
Kualitas Pelayanan (<i>Driver</i>)	Tepat waktu	49	15,2%	36	14,2%	137	19,4%
	Aman nyaman	13	4,0%	24	9,4%	108	15,3%
	Profesional	17	5,3%	33	13,0%	260	36,8%
	Paham <i>maps</i>	3	0,9%	0	0,0%	11	1,6%
	Komunikatif	21	6,5%	54	21,3%	268	37,9%

Tabel 1.1 Rangkuman Ulasan Positif Layanan Transportasi *Online* – Januari 2025
(Lanjutan)

Alasan Umum	Ringkasan Ulasan	Jumlah Ulasan					
		Gojek	% Gojek	Grab	% Grab	Maxim	% Maxim
Fitur Aplikasi	Mudah digunakan	29	9,0%	11	4,3%	18	2,5%
	Aplikasi baik	7	2,2%	1	0,4%	5	0,7%
	Tanpa gangguan	2	0,6%	0	0,0%	4	0,6%
	CS membantu	2	0,6%	3	1,2%	0	0,0%
Total Ulasan Positif		424		341		1224	
Total Pemberi Ulasan		323		254		707	

Dalam pemasaran dan pengelolaan hubungan dengan pelanggan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan merupakan dua komponen penting yang saling berhubungan. Menurut Tjiptono dan Diana (2019), kepuasan pelanggan dapat didefinisikan sebagai persepsi seberapa baik suatu produk atau layanan dapat memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Secara umum, kepuasan ini ditunjukkan oleh perasaan positif setelah pelanggan menggunakan barang atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Sebaliknya, kepuasan pelanggan merujuk pada komitmen pelanggan untuk terus memilih dan menggunakan merek tertentu (Dharmmesta, 1999). Pelanggan yang merasa puas cenderung membeli produk tersebut lagi dan bahkan bertindak sebagai promotor dengan menyarankan orang lain untuk membeli produk tersebut.

Selain kepuasan pelanggan, terdapat sejumlah variabel lain yang turut berperan dalam membentuk loyalitas pengguna terhadap layanan transportasi online. Farisi dan Siregar (2020) mengemukakan bahwa harga atau tarif layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Selain itu, kualitas pelayanan juga menjadi faktor krusial; hasil penelitian Pramana, Yap, dan Prasaja (2021) menunjukkan bahwa semakin tinggi mutu pelayanan yang diberikan, maka semakin besar pula kecenderungan pelanggan untuk tetap setia menggunakan

layanan tersebut. Selanjutnya, fitur dalam aplikasi turut memengaruhi loyalitas pelanggan. Hardati (2021) menemukan bahwa kepuasan pelanggan merupakan faktor mediasi dan bahwa keberadaan dan fungsionalitas fitur aplikasi memengaruhi loyalitas. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk menemukan komponen yang berkontribusi terhadap loyalitas pelanggan dengan melihat ulasan bintang lima pengguna di platform Google Play dan melihat seberapa besar masing-masing komponen memengaruhi hubungan antara kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan dalam hal layanan transportasi *online*.

Kemudahan akses dan ketersediaan layanan transportasi *online* di Kota Padang membuat banyak masyarakat Kota Padang menggunakan transportasi *online* untuk kebutuhan mobilitas sehari-hari. Aplikasi layanan transportasi *online* yang banyak digunakan di Kota Padang saat ini adalah Gojek, Grab, dan Maxim. Selain menyediakan layanan taksi, masyarakat Kota Padang menggunakan layanan pemesanan makanan di restoran yang disediakan oleh aplikasi-aplikasi tersebut. Loyalitas pelanggan dalam menggunakan transportasi *online* di Kota Padang akan diteliti dalam penelitian. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan konstruktif bagi perusahaan penyedia layanan transportasi online dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan dan memenuhi harapan pelanggan. Dengan demikian, perusahaan dapat memperkuat hubungan dengan konsumen serta meraih loyalitas pelanggan yang berkelanjutan sebagai dasar pencapaian kesuksesan jangka panjang.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan rincian latar belakang pada poin sebelumnya, rumusan masalah pada penelitian ini yaitu bagaimana menentukan faktor yang memengaruhi loyalitas pelanggan layanan transportasi *online*.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang serta rumusan masalah yang telah dijabarkan, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Mengetahui faktor apa saja yang memengaruhi loyalitas pelanggan layanan transportasi *online*.
2. Menganalisis perbedaan pengaruh setiap faktor yang diteliti terhadap loyalitas pelanggan layanan transportasi *online*.

1.4 Batasan Penelitian

Batasan-batasan pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Responden yang akan mengisi kuesioner telah menggunakan jasa layanan transportasi *online* lebih dari tiga kali dalam tiga bulan terakhir.
2. Layanan transportasi *online* yang diteliti adalah Gojek, Grab, dan Maxim.

1.5 Sistematika Penulisan

Laporan penelitian ini memiliki sistematika penulisan yang memuat beberapa bab sebagai berikut.

BAB I – PENDAHULUAN

Bab ini memuat uraian mengenai latar belakang permasalahan, perumusan masalah, tujuan penelitian, batasan-batasan yang diterapkan, serta sistematika penulisan laporan yang digunakan sebagai acuan dalam pelaksanaan penelitian.

BAB II – TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini memuat berbagai konsep dan teori yang menjadi dasar dalam pelaksanaan penelitian, serta mencakup telaah terhadap sejumlah studi terdahulu yang relevan dengan topik yang diteliti.

BAB III – METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan secara sistematis tahapan-tahapan yang ditempuh dalam proses pelaksanaan penelitian.

BAB IV – PENGUMPULAN DATA DAN PENGOLAHAN DATA

Bab ini memaparkan proses pengumpulan dan pengolahan data yang dilaksanakan sesuai dengan tahapan-tahapan dalam metode penelitian yang telah dirancang.

BAB V – ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan uraian hasil analisis yang diperoleh dari data yang telah diolah pada bab sebelumnya, sebagai dasar dalam menarik kesimpulan penelitian.

BAB VI – PENUTUP

Bab ini memuat kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, serta memberikan saran sebagai acuan bagi penelitian selanjutnya

