

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Berdasarkan pandangan Wallsten (dalam Silalahi, dkk, 2018) Transportasi daring adalah satu inovasi layananan terbaru di *m-Commerce* dan dunia transportasi saat ini. Layanan transportasi daring merupakan fasilitas transportasi individu dimana pengguna mampu menempah tumpangan baik itu mobil, motor, atau lainnya melalui sebuah aplikasi *mobile*. Farin (dalam Silalahi, dkk, 2018) menyatakan bahwa aplikasi ini menyediakan beberapa keuntungan seperti pengemudi dan penumpang dapat menjangkau lokasi masing-masing, pengguna juga mampu dengan mudah untuk mengetahui pengemudi dan mendapat informasi kendaraan. Ini semua membuat layanan transportasi daring mendapatkan popularitas yang tinggi oleh masyarakat perkotaan. Dilansir dari databoks.katadata.co.id (2018) bahwa antaran transportasi daring di area Asia Tenggara diperkirakan mendapati 8 juta kali setiap harinya pada 2018, meningkat dari 1,5 juta kali/hari pada 2015. Demikian pengguna aktif transportasi berbasis internet ini meningkat lebih dari 4 kali menjadi 35 juta pengguna pada tahun ini dari sebelumnya hanya 8 juta. Fasilitas transportasi berbasis aplikasi sudah ada di lebih dari 500 kota di ASEAN.

Di Indonesia transportasi daring baru di perkenalkan pada tahun 2011. Pertama kali aplikasi Gojek tampil dan mengudara di bidang pelayanan jasa transportasi daring. Namun seiring perkembangan waktu, makin banyak perusahaan transportasi daring yang masuk ke Indonesia seperti Grab, Uber, Bajaj App, Transjek, dll (Okezone.com, 2015). Tetapi di antara semua penyedia layanan transportasi daring tersebut hanya ada beberapa pemegang pangsa pasar terbesar yang saling bersaing secara ketat yaitu Gojek, Grab, dan Uber. Dilansir dari databoks.katadata.co.id (2018) Go-Jek merupakan aplikasi transportasi daring yang paling banyak digunakan oleh masyarakat di Indonesia. Ini berdasarkan dari hasil survei DailySocial.Id yang menunjukkan bahwa sebanyak 85,22% responden telah menggunakan layanan transportasi yang

didirikan oleh Nadiem Makarim. Sementara responden yang menggunakan Grab hanya 66,24% dan Uber sekitar 50%. Survei ini menghitung suara apabila responden pernah menggunakan layanan transportasi berbasis internet tersebut. Pada masa sekarang hanya mengerucut kepada dua perusahaan saja yang dapat bersaing ketat dan mengambil hati para pengguna layanan transportasi daring di Indonesia yaitu Gojek dan Grab. Dengan telah meningkatnya kesadaran akan layanan transportasi daring di Indonesia, perusahaan penyedia layanan ini perlu meningkatkan kualitas layanannya sehingga mereka dapat meningkatkan layanan dan mendapatkan keunggulan kompetitif dibanding perusahaan lain.

Dalam proses bisnisnya, pemilik jasa transportasi daring memberikan banyak pilihan layanan kepada pengguna. Layanan yang diberikan seperti *car*, *bike*, *food*, *delivery*, *clean*, *tickets*, dan lain sebagainya. Dari semua layanan yang diberikan, masih ada beberapa layanan yang tidak begitu maksimal kualitas pelayanannya seperti layanan *food* dan *tickets* yang masih ada beberapa kendala seperti masih kurangnya update untuk fitur layanan tersebut. Melihat dari semua layanan yang diberikan, menarik untuk melihat dan menguji kualitas layanan atau *service quality* dari seluruh layanan serta sistem yang ada pada transportasi daring di Indonesia.

Menurut Bolton & Drew (2005) *Service quality* digambarkan sebagai perbandingan antara ekspektasi pengguna mengenai bagaimana *service* tersampaikan dengan semestinya dengan kondisi aktual ketika pengguna merasakan secara langsung *service* tersebut. Dengan demikian *Service quality* adalah keinginan dan kenyataan atas fasilitas yang diterima oleh pengguna. *Service quality* mampu terlihat dari mencocokkan apa yang didapatkan oleh pengguna dengan apa yang sebetulnya diinginkan oleh pengguna atas layanan yang sesungguhnya ingin dirasakan. *Service quality* merupakan aspek penting dalam peningkatan layanan sehingga mampu melihat perilaku pengguna, kepuasan, serta niat untuk menggunakan layanan atau jasa yang diberikan.

Karenanya, penting untuk menilai dan menguji kualitas layanan terutama layanan yang ditawarkan oleh para perusahaan transportasi daring itu sendiri.

Dimensi *service quality* ditinjau dari dua perspektif, ialah perspektif perusahaan serta perspektif pengguna. Berdasarkan perspektif perusahaan dimensi *service quality* harus memperhatikan *ease of use* (kemudahan pengguna dalam memakai website), *website design* (website dibuat dengan baik serta atraktif secara visual), *reliability* (kehandalan), *system availability* (kemampuan dari website), *privacy* (keamanan informasi pengguna), *responsiveness* (tanggapan yang diberikan sistem), dan *empathy* (perhatian individual yang diberikan kepada pengguna). Sebaliknya jika ditinjau dari perspektif pengguna, maka dimensi *service quality* harus memperlihatkan *experience* (kesan pengguna setelah menggunakan) dan *trust* (kepercayaan pengguna terhadap pelayanan). Kualitas jasa dan kepercayaan pengguna merupakan faktor kesuksesan dari sebuah perusahaan untuk mencapai keunggulan bersaing dengan *competitor*. Ditinjau dari kualitas layanan yang mempunyai dapat menciptakan kepercayaan konsumen dan keputusan konsumen dalam menggunakan jasa.

Dari *service quality* yang diberikan oleh perusahaan jasa transportasi daring itu sendiri akan menimbulkan kepercayaan pengguna dalam menggunakan layanan yang diberikan. Maka kepercayaan pengguna adalah nilai tambah dalam meningkatkan *service quality* yang akan diberikan kepada para penggunanya. Kepercayaan sendiri merupakan suatu yang timbul ketika suatu perusahaan memberikan layanan yang dapat membuat pengguna sangat nyaman menggunakan jasa yang ditawarkan dan pengguna percaya akan reabilitas atau keandalan dari integritas perusahaan yang memberikan layanan. Sehingga *service quality* dan kepercayaan pengguna adalah satu kesatuan yang dapat meningkatkan kualitas layanan.

Dari semua fasilitas yang diberikan perusahaan penyedia transportasi daring tersebut, taraf *demand* cukup tinggi terdapat di layanan *bike*. Layanan Grabbike dan Go-ride lebih sering digunakan sejak awal kemunculannya. Bahkan untuk Grabbike menjadi pilihan yang cukup menarik karena menawarkan tarif yg lebih terjangkau di awal kemunculannya.

Karena tingkat penggunaan transportasi daring Grab di Indonesia meningkat setiap tahunnya serta layanan yang cukup berpengaruh untuk para konsumen khususnya di daerah perkotaan untuk mempersingkat waktu perjalanan baik dalam berkerja maupun kegiatan lainnya. Serta masih adanya indikator yang belum terlihat maksimal saat penerapan pada layanan yang diberikan. Ini menjadikan penulis mencoba melihat serta mengukur *service quality* dari transportasi daring Grab.

Maka berdasarkan kuesioner yang telah didapat, ternyata ada variabel yang terlihat belum maksimal. Mendapati dari latar belakang tersebut, penulis mendapat gagasan untuk mengukur bagaimana *service quality* yang diberikan perusahaan jasa transportasi daring yang dilihat dari perspektif penggunaannya dengan mengukur seberapa berpengaruh variabel yang ada untuk mempengaruhi keinginan pengguna untuk terus menggunakan layanan.

1.2.Rumusan Masalah

Latar belakang di atas menghasilkan rumusan masalah untuk dibahas yaitu:

1. Bagaimana tingkat *service quality* transportasi daring khususnya Grab berdasarkan perspektif pengguna?
2. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi *service quality* yang diberikan transportasi daring Grab di Indonesia?

1.3.Maksud dan Tujuan

Maksud dilakukannya penelitian *Service quality* pada transportasi daring ini untuk melihat seberapa berpengaruh kualitas yang diberikan sistem pada sikap pengguna dalam menggunakan transportasi daring tersebut.

Adapun maksud serta tujuan dari penelitian ini ialah:

1. Mendapati tingkat *service quality* transportasi daring khususnya Grab dalam memenuhi keinginan pengguna.
2. Mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi *service quality* dari transportasi daring khususnya Grab di Indonesia.

1.4.Batasan Masalah

1. Objek penelitian dibatasi pada *service quality*, *perceived of usefulness*, *satisfaction*, dan *behavioral intention* pengguna.
2. Penelitian ini hanya difokuskan pada pengguna layanan Grab bike.
3. Penelitian ini menggunakan 193 sampel data kuisisioner yang akan diolah.

1.5.Manfaat Penelitian

Beberapa keuntungan yang dihasilkan dari penelitian ini, diantaranya:

1. Bagi perusahaan, penelitian ini merupakan acuan dalam pengembangan *service quality* kedepannya.
2. Bagi pengguna, manfaat dari penelitian ini memberikan gambaran tentang *service quality* dari transportasi daring yang saat ini tersedia. Sehingga para pengguna tidak semata-mata menggunakan tetapi juga mengetahui apa yang sebenarnya mereka dapat rasakan dari penggunaan transportasi daring tersebut.
3. Bagi akademisi, penelitian ini menjadi literatur tambahan yang dapat berguna bagi penelitian lain yang sesuai.

1.6.Sistematika Penulisan

Penyusun akan memberikan representasi mengenai isi dalam penulisan makalah seminar teknologi informasi ini, sistematika penulisannya terdiri dari beberapa bagian utama seperti :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjabarkan secara sempit mengenai latar belakang, rumusan masalah, maksud dan tujuan, batasan masalah, tempat serta waktu pelaksanaan penelitian dan metode penelitian, dan sistematik penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini mencakup dasar teori yang dijadikan acuan dasar dalam penyusunan laporan yang menyangkut judul dari kegiatan yang penulis lakukan.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjabarkan tahapan penelitian, deskripsi pendekatan teoritis, desain eksperimen, deliniasi wilayah kajian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan data, dan teknik analisis data, yang digunakan untuk mencapai tujuan penelitian. Untuk setiap proses yang dijalankan, harus dijelaskan dasarnya.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab empat berisikan variable penelitian yang digunakan, intrumen penelitian, perancangan kuesioner, path diagram, hingga proses analisis yang dilakukan serta perolehan dari uji validitas serta reliabilitas, evaluasi structural model, hingga pengujian hipotesis yang diberikan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan uraian kesimpulan yang dapat diambil dari masalah-masalah yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya dan saran yang dapat diberikan oleh penulis sehubungan dengan analisis yang telah dilakukan oleh penulis.

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN