

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di zaman modern yang semakin berkembang seperti sekarang ini, transportasi merupakan salah satu penunjang penting untuk kegiatan sehari-hari. Dikarenakan perkembangan zaman, perkembangan dunia usaha di bidang industri seakan tidak ada habisnya. Kemajuan teknologi dan komunikasi seperti internet juga meningkatkan intensitas persaingan atau kompetisi karena memungkinkan pelanggan untuk mengakses lebih banyak informasi tentang berbagai macam produk yang ditawarkan. Melihat situasi modern seperti sekarang ini, orang-orang menggunakan teknologi dimanapun mereka berada. Teknologi telah menjadi landasan kehidupan masyarakat, sehingga perusahaan jasa dituntut untuk berinovasi menciptakan bisnis yang mengikuti dan memanfaatkan kemajuan teknologi agar dapat bersaing di dunia bisnis.

Pesatnya perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi telah memberikan kemudahan yang besar bagi segala aspek kehidupan masyarakat. Ditambah dengan munculnya Internet, kemajuan teknologi telah sangat dipromosikan. Dapat dikatakan bahwa transportasi memegang peranan penting dalam mencapai tujuan pembangunan ekonomi. Transportasi adalah pergerakan atau pergerakan manusia dengan menggunakan peralatan bantu berupa kendaraan seperti mobil atau sepeda motor untuk mencapai tujuannya.

Demikian pula perkembangan industri jasa tidak jauh berbeda dengan tingkat perkembangan industri lainnya. Persaingan yang ketat dalam industri jasa transportasi disebabkan oleh fakta bahwa pelanggan menjadi lebih pintar, lebih sensitif terhadap harga dan lebih menuntut, sehingga situasi saat ini memberi pelanggan lebih banyak pilihan dalam menggunakan uang mereka. Transportasi dapat dikatakan sebagai jenis permintaan yang sangat penting, karena kebutuhan transportasi sangat beragam, seperti pergi ke sekolah, pergi ke pasar, dan hiburan.

Transportasi sangat beragam, mulai dari keberadaan alat transportasi modern seperti becak, hingga alat transportasi modern yang menggunakan mesin seperti mobil, sepeda

motor, pesawat, kereta api dan kapal laut. Rata-rata masyarakat saat ini sudah memiliki mobil pribadi yang dapat melakukan perjalanan dari satu tempat ke tempat lain secara efisien dan efektif. Sayangnya, jumlah kendaraan yang banyak tidak bisa menandingi lebar jalan. Akhirnya muncul masalah baru, yaitu kemacetan. Akibat dampak kemacetan di perkotaan, banyak pihak yang berakhir pada posisi yang sangat dirugikan, seperti anak-anak yang terlambat masuk kerja atau sekolah atau pelajar dan pekerja.

Salah satu angkutan jasa online yang banyak digemari masyarakat adalah aplikasi Go-Jek yang berada dibawah naungan PT. Aplikasi Kaya Anak Bangsa atau lebih dikenal dengan PT. Gojek Indonesia sering disebut dengan Gojek. Aplikasi ini cukup ramai digunakan dan terbukti telah mendapatkan *Top Brand Award* dua tahun berturut-turut. Berikut daftar tabel menurut *Top Brand Award* tahun 2020 dan 2021.

Tabel 1.1.
Jasa Transportasi Online Tahun 2020 dan 2021

JASA TRANSPORTASI ONLINE				
MEREK	2020		2021	
	TBI	TOP	TBI	TOP
Go-Jek	47.3%	TOP	53.0%	TOP
Grab	43.4%	TOP	39.7%	TOP

Sumber: www.topbrand-award.com

TBI atau *Top Brand Index* merupakan prestasi yang didapat dari hasil pemilihan konsumen yang kemudian mendapat kategori TOP apabila nilainya paling tinggi. Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa posisi Gojek berada di urutan pertama yang menandakan bahwa Gojek lebih banyak digemari masyarakat, walaupun pada tahun 2019 mengalami penurunan dalam *Top Brand Index* tetapi Gojek tetap berada pada urutan paling atas dalam kategori jasa transportasi online.

Saat ini, aplikasi transportasi online tersebut tidak hanya menyediakan jasa layanan transportasi semata, tapi juga menawarkan jasa lainnya. Gojek contohnya, menyediakan

layanan kurir barang dengan nama *Go-Send*, layanan pesan antar makanan *Go-Food*, hingga layanan bersih-bersih rumah *Go-Clean*.

Tabel 1.2.
Jumlah Kepala Keluarga Menurut Kecamatan dan Jenis Kelamin
di Kecamatan Cilodong Kota Depok, 2021

Kecamatan	Jenis Kelamin		
	Laki-Laki	Perempuan	Jumlah
Cilodong	39.788	8.288	48.076

Sumber : Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Depok

Data ini di dapat dari Badan Pusat Statistik Kota Depok yang mana nantinya akan peneliti gunakan untuk mengetahui kemungkinan berapa jumlah pengguna layanan aplikasi Gojek yang ada di Kecamatan Cilodong setelah diketahui jumlah penduduk Laki-laki dan Perempuan yang ada di Kecamatan Cilodong. Sebelum pelanggan memutuskan untuk memilih layanan Gojek di bandingkan dengan layanan lainya dari pesaing sejenisnya pelanggan terlebih dahulu akan melihat tawaran mana yang akan memberikan harga yang murah kepada pelanggan. Salah satu faktor minat pengguna jasa Gojek adalah faktor harga karena Gojek sebagai perusahaan jasa menawarkan harga yang relatif terjangkau dibandingkan dengan perusahaan jasa yang lain, seperti adanya potongan harga yang diberikan sehingga membuat konsumen tertarik untuk menggunakan jasa mereka.

Melihat televisi tentu tidak lepas dari adanya iklan, namun hal ini tidak hanya dapat kita lihat di televisi saja tetapi dari berbagai media. Iklan merupakan sarana bagi suatu perusahaan untuk memperkenalkan produknya kepada khalayak luas. Menurut Kotler dan Armstrong (2006:150) periklanan merupakan semua bentuk terbayar dari representasi nonpribadi dan promosi ide, barang, atau jasa oleh sponsor tertentu.

Menurut Observasi awal peneliti, dalam menggunakan layanan transportasi *online* Gojek masyarakat tentunya tidak terlepas dari rekomendasi yang diberikan oleh pelanggan yang sudah pernah menggunakan layanan transportasi tersebut. Rekomendasi dari pelanggan lain biasanya lebih dipercaya ketimbang layanan promosi yang diberikan oleh perusahaan dan sangat mempengaruhi orang lain untuk menggunakan atau menghindari

untuk menggunakan suatu jasa. Oleh karena itu adanya *electronic word of mouth (EWOM)* sangatlah membantu perusahaan karena sangat mempengaruhi keputusan orang lain dalam menggunakan suatu jasa. Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Daya Tarik Iklan, Persepsi Harga dan *Electronic Word of Mouth (eWOM)* terhadap minat pengguna jasa Transportasi *Online Gojek*”**.

1.2. Identifikasi Masalah

1. Pada Transportasi *Online Gojek* masih sering terjadi perbedaan antara Nama atau Nomor tanda Kendaraan hal ini menjadi edukasi bagi yang memeperjual belikan akun ojol, karena secara langsung konsumen hanya memilih yang benar dan sesuai aplikasi.
2. Data pelanggan yang belum aman, karena ketika nomor pelanggan langsung tertera di driver setelah ada pemesanan, harusnya ada komunikasi perantara selain nomor telepon. Misalnya di salah satu perusahaan penyedia jasa transportasi online sudah ada fasilitas chat atau masking number yang hendaknya dioptimalkan.
3. Masih ada komplain yang dikaukan oleh pelanggan yang berhubungan dengan kualitas pelayanan pada Gojek.
4. Bagi driver permasalahan yang terjadi adalah masalah jam kerja yang terlalu tinggi. Meski pengemudi ojol memiliki waktu yang fleksibel, mereka cenderung berkerja tidak sehat demi mengejar bonus.
5. Pengemudi Ojek *Online* juga mengeluhkan lemahnya perlindungan kerja. Menurut UU 22 tahun 2009 tentang lalu lintas dang angkutan, sepeda motor bukanlah angkutan umum. Hal tersebut membuat pekerjaan sebagai ojek online mendapatkan tekanan dimana – mana. Banyak konflik pengemudi ojol dengan ojek pangkalan.

1.3. Pembatasan Masalah

Hasil identifikasi masalah yang ada pada Transportasi *Online Gojek* menunjukkan bahwa permasalahan yang ada cukup banyak. Guna mencegah mengembangnya penelitian maka penulis membatasi masalah agar terperinci dan jelas. Harapannya pemecahan masalahnya lebih terarah. Oleh sebab itu penulis membatasi penelitian ini hanya pada daya

tarik iklan, persepsi harga dan *electronic word of mouth (eWOM)* terhadap minat pengguna jasa Transportasi *Online* Gojek di Kecamatan Cilodong Depok.

1.4. Perumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas maka permasalahan pokok penelitian ini adalah:

1. Apakah Daya Tarik Iklan berpengaruh terhadap minat pengguna jasa transportasi *online* Gojek?
2. Apakah Harga berpengaruh terhadap minat pengguna jasa transportasi *online* Go-Jek?
3. Apakah *Electronic Word of Mouth (eWOM)* berpengaruh terhadap minat pengguna jasa transportasi *online* Gojek?
4. Secara Simultan Apakah Daya Tarik Iklan, Persepsi Harga dan *Electronic Word of Mouth (eWOM)* berpengaruh terhadap Minat Pengguna Jasa Transportasi *Online* Gojek ?

1.5. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui Apakah Daya Tarik Iklan berpengaruh terhadap minat pengguna jasa transportasi *online* Gojek.
2. Untuk mengetahui Apakah Harga berpengaruh terhadap minat pengguna jasa transportasi *online* Gojek.
3. Untuk mengetahui Apakah *Electronic Word of Mouth (eWOM)* berpengaruh terhadap minat pengguna jasa transportasi *online* Gojek.
4. Untuk mengetahui Apakah Daya Tarik Iklan, Persepsi Harga dan *Electronic Word of Mouth* berpengaruh secara simultan terhadap Minat Pengguna Jasa Transportasi Gojek.

1.6. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang hendak dicapai, maka penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat baik secara langsung maupun tidak yaitu sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis

1. Bagi akademisi, penelitian ini diharapkan bisa menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya dalam pengembangan ilmu khususnya dalam bidang pemasaran.
2. Bagi penulis, hasil penelitian yang diperoleh diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan.

b. Manfaat praktis

1. Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat menggambarkan pengaruh daya tarik iklan, persepsi harga, dan *Electronic Word of Mouth (eWOM)* terhadap keputusan pengguna serta mampu memberikan pertimbangan oleh perusahaan untuk menentukan strategi yang tepat.
2. Bagi penulis, penelitian ini diharapkan dapat membantu para masyarakat untuk mempertimbangkan ketika akan menggunakan jasa transportasi Gojek.

1.7. Sistematika Penulisan

Guna memahami lebih lanjut laporan ini, maka materi-materi yang tertera pada laporan skripsi ini dikelompokkan menjadi beberapa subbab dengan sistematika penyampaian sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan itu sendiri.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan teori yang berupa pengertian dan definisi yang diambil dari kutipan buku yang berkaitan dengan penyusunan laporan skripsi serta beberapa literatur yang berhubungan dengan penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang tempat dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel dan teknik analisis data penelitian

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran obyek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan yang secara lebih lengkap mengupas berbagai fenomena yang ada dalam penelitian.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan simpulan yang merupakan hasil akhir atas penelitian ini dan juga saran yang berisi masukan untuk pihak obyek penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang berbagai buku, jurnal, rujukan yang secara sah digunakan dalam menyusun penelitian ini.