# BAB I

# PENDAHULUAN

## 1. 1. Latar Belakang Masalah

Transportasi merupakan kebutuhan kedua atau kebutuhan turunan dari kebutuhan ekonomi masyarakat.. Teknologi transportasi merupakan perkembangan lebih lanjut dari pilihan orang untuk mempermudah pergerakan dalam memenuhi segala kebutuhan hidupannya (Azis dan Asrul, 2018).

Seiring berjalannya waktu dan semakin berkembangnya teknologi serta meningkatnya kepadatan lalu lintas transportasi darat membuat munculnya nya *trend* ojek online. Ojek online adalah sebuah transportasi umum yang menggunakan internet untuk memesannya. Ojek online merupakan alternatif transportasi yang sekarang disukai oleh masyarakat. Banyak sekali alasan mengapa ojek online dapat diterima dengan baik. Selain dapat mempermudah aktifitas kita sehari-hari, terutama untuk mempercepat perjalanan ditengah kepadatan lalu lintas. Ojek online disukai juga karena harganya yang murah dan pasti, praktis, aman, dan nyaman.

Oleh karena itu, penyedia jasa transportasi online di Indonesia sekarang ini sangatlah banyak, seperti Go-jek, Grab, Ubermotor, Blu-jek, Lady-jek, dan lain-lain. Namun, dari sekian banyaknya penyedia jasa transportasi online. Hanya Go-jek dan Grab lah yang mampu bertahan di Indonesia.

Perkembangan industri digital terus melaju pesat, termasuk dalam ranah transportasi berbasis online. Salah Satu angkutan jasa online yang banyak digemari masyarakat adalah aplikasi Go-jek yang berada dibawah PT.Gojek

Indonesia, aplikasi ini cukup ramai digunakan dan terbukti telah mendapatkan Top Brand Award dua tahun berturut-turut. Berikut daftar tabel ojek online menurut Top Brand Award.

**Tabel 1.1**

**Prosentase pengguna jasa transportasi *online* menurut *Top Brand Award***

| No | Karakteristik | 2016 | 2017 | 2018 |
|---|---|---|---|---|
| 1. | Gojek | 80,2 % | 59,2 % | 44,9 % |
| 2. | Grab | 14,7 % | 28,2 % | 48,0 % |
| 3. | Uber | 1,7 % | 8,0 % | - |
| 4. | Blue –Jek | 0,7 % | 0,3 % | - |

Sumber dari : http://www.topbrand-award.com

Dari tabel 1.1 diatas dapat dilihat bahwa posisi Go-jek berhasil berada di urutan pertama Top Brand selama tahun 2016 dengan prosentase 80,2 % yang menandakan bahwa Go-jek lebih banyak digemari masyarakat dibandingkan dengan para pesaingnya seperti Grab, Uber, dan Blue-Jek. Namun pada tahun-tahun berikutnya Go-jek mengalami penurunan. Seperti pada tahun 2017 Go-jek menurun dengan prosentase 59,2% namun masih menjadi Top Brand diurutan pertama dibandingkan dengan para pesaingnya seperti Grab, Uber, dan Blue-Jek. Go-jek mengalami penurunan yang cukup signnifikan pada tahun 2018 Go-jek telah tersaingi oleh pesaingnya yaitu Grab dengan prosentase Grab lebih unggul 3,1 % dari pada Gojek. Kemudian pada tahun yang sama Uber telah di akuisisi oleh Grab, dan Blue -Jek sudah tidak dapat beroperasi lagi karna ketatnya persaingan antara Gojek dan Grab.

Salah satu faktor kepuasan pelanggan dapat diperoleh melalui penetapan harga yang tepat. Harga tidak dapat diremehkan, harga dipersepsikan pelanggan melalui tingkat kewajaran, kesesuaian, keterjangkauan, dan daya saing harga. Persepsi pelanggan tersebut menjadi acuan untuk membandingkan harga barang suatu perusahaan dengan perusahaan pesaing, serta menjadi dasar referensi untuk membeli barang tersebut (Kaihatu, 2015).

Terlebih pelayanan jasa ojek online bukan hanya ada satu di Indonesia. Apabila harga yang dibayar oleh konsumen dianggap sepadan dengan nilai yang diterima, konsumen cenderung akan puas. Demikian pula sebaliknya, apabila diangap tidak sepadan, maka akan terjadi ketidakpuasan.

Berikut informasi menurut finansialku.com terkait harga Go-jek dan Grab, mulai dari jam sibuk hingga tarif non-sibuk pada tahun 2018

**Tabel 1.2**
**Perbandingan Tarif Dasar Go-Jek dan Grab**

| No. | Karakteristik | Go-Jek | Grab |
|---|---|---|---|
| 1 | Jam sibuk (*rush hour*) | • Pagi: 06.00-09.00<br>• Sore: 16.00-19.00 | • Pagi: 06.00-09.00<br>• Sore: 16.00-19.00 |
| 2 | Tarif pada jam sibuk | • Rp2.500 per km (jarak 0-12 km)<br>• Di atas 12 km berubah menjadi Rp3.000 per km. | • Rp2.350 per km untuk 12 km pertama.<br>• Tarif di atas 12 km dikenai penambahan Rp3.000 per km<br>• Biaya tambahan pada jam sibuk = Rp2.500 |
| 3 | Tarif pada non-sibuk | • *Rush hour* = Rp10.000<br>• Jam tidak sibuk = Rp6.000 | |

Banyaknya jenis ojek online, menuntut Go-jek untuk terus meningkatkan kualitasnya, agar tidak mudah tersalip oleh para pesaingnya. Angkutan mobilitas ini adalah salah satu bentuk layanan jasa yang seharusnya memperhatikan pelayanan yang optimal.

Faktor lain yang menentukan kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan. kualitas pelayanan juga diartikan sebagai sesuatu yang berhubungan terpenuhinya harapan atau kebutuhan pelanggan, dimana pelayanan dikatakan berkualitas apabila dapat menyediakan barang dan jasa (pelayanan) sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan (Ekowati, 2017).

Berdasarkan data yang dirilis oleh Go-jek dan Grab ada beberapa perbandingan pelayanan jasa sebagai berikut :

**Tabel 1.3**
**Perbandingan Pelayanan Jasa Gojek dan Grab**

| | GO-JEK | GRAB |
|---|---|---|
| Logo | GO-JEK | Grab |
| Berdiri | Tahun 2010 di Jakarta Indonesia | Juni 2012 (dikenal sebagai GrabTaxi hingga 2016) |
| Di kenal | PT. Go-jek Indonesia | PT. Grab Indonesia |
| Jenis Layanan | GO-Send, GO-Ride, GO-Food, Go-Mart, Go-Box, Go-Clean, Go-Glam, Go-Massage, Go-Busway, Go-Tix, Go-Car, Go-Auto, Go-Med, Go-Pulsa, Go-Shop, Go-Bluebird, Go-Bills, Go-Pay, Go-Points. | GrabBike, GrabCar, GrabTaksi, GrabExpress, GrabFood, GrabHitch Car. |
| Telah beroperasi | 25 kota di Indonesia | 125 kota di seluruh Indonesia |

Sementara itu dari segi kualitas pelayanan, Go-jek lebih unggul dari pada Grab. Karena dapat dilihat dari tabel di atas. Jenis pelayanan yang diberikan Go-jek pun lebih banyak dibandingkan dengan Grab.

Ditengah persaingan industri transportasi online maka setiap perusahaan transportasi ojek online perlu meningkatkan kualitas, pemahaman faktor-faktor yang berpengaruh terhadap minat pengguna jasa online. Oleh karena itu dipandang perlu untuk meneliti faktor-faktor yang diduga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi online. Sehingga bermanfaat bagi perusahaan untuk meningkatkan kualitas pelayanan maupun kepuasan pelanggan.

Transportasi online tidak dapat terlepas dari aspek atau nilai-nilai yang terkait dengan hukum syariah atau hukum agama. Oleh karena itu, perlu dibahas mengenai tinjauan dari sudut pandang Islam terhadap jasa transportasi online dan untuk mengetauhi sejauh mana kepuasan pelanggan dapat dipenuhi menurut sudut pandangan agama Islam.

Islam sangat perduli terhadap perkembangan sains dan teknologi karena pada zaman Rasulullah SAW manusia menempuh jarak yang jauh hanya dengan berjalan kaki, alat transportasi utama pada saat itu adalah hewan seperti unta, kuda, keledai, dan kereta kuda. Dengan semakin banyaknya jumlah manusia yang terus berkembang, sarana yang ada sudah tidak dapat memadai lagi dan mobilitas mereka semakin tinggi. Untuk memenuhi kebutuhan manusia, maka pada abad ke 20 mulai muncul alat transportasi modern seperti mobil, motor, kereta api, bahkan pesawat terbang. Perjalanan yang semula dapat ditempuh berhari-hari bahkan dengan berjalan kaki ataupun dengan menggunakan unta, sekarang dapat

ditempuh hanya dalam beberapa jam saja menggunakan kendaraan bermotor. Perjalanan antar kota dan Negara yang dahulu dapat memakan waktu sampai berbulan-bulan bahkan dalam hitungan tahun. Sekarang dapat ditempuh hanya dalam hitungan jam dengan menggunakan pesawat terbang.

Didalam menjalankan usaha, Islam selalu mengajarkan umatnya untuk selalu berbuat jujur atas segala perbuatannya. Terutama dalam hal penentuan harga. Dalam menentukan harga harus sesuai dengan manfaat yang dirasakan oleh pelanggan, tidak boleh ada yang merasa dirugikan baik dari pihak penjual maupun pembeli.

Di dalam melakukan persaingan usaha, maka kualitas pelayanan menjadi sangat penting, hal ini sesuai dengan Al-Quran surat Ali-Imran ayat 159 telah memberikan pedoman kepada mukmin (pelaku usaha) agar berlemah lembut (memuaskan) kepada obyek dakwah (*customer*/pelanggan).

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ ٱللَّهِ لِنتَ لَهُمْ ۖ وَلَوْ كُنتَ فَظًّا غَلِيظَ ٱلْقَلْبِ لَٱنفَضُّوا۟ مِنْ حَوْلِكَ ۖ فَٱعْفُ عَنْهُمْ وَٱسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِى ٱلْأَمْرِ ۖ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى ٱللَّهِ ۚ إِنَّ ٱللَّهَ يُحِبُّ ٱلْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

*Artinya: "maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu, karena itu maafkan lah mereka, mohonkanlah ampun begin mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu, kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertakkallah kepada allah. Sesungguhnya allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-nya." (QS.Ali-Imran 159)*

Berdasarkan pada uraian latar belakang masalah yang terjadi diatas maka peneliti tertarik untuk membuat penelitian dengan judul: "**Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online (Go-jek) Pada Mahasiswa/Mahasiswi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Yarsi dan Tinjauannya Dari Sudut Pandang Islam".**

## 1. 2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas dapat dirumuskan masalah mengenai harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan:

1. Bagaimana harga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi online (Go-jek) pada mahasiswa/mahasiswi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas YARSI ?
2. Bagaimana kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi online (Go-jek) pada mahasiswa/mahasiswi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas YARSI?
3. Bagaimana harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama atau simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi online (Go-jek) pada mahasiswa/mahasiswi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas YARSI?
4. Bagaimana pandangan Islam tentang harga, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan terhadap pengguna jasa transportasi online (Go-jek) dalam pandangan Islam.

## 1. 3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian perumusan masalah diatas maka tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh harga secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi online (Go-jek) pada mahasiswa/mahasiswi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas YARSI?
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi online (Go-jek) pada mahasiswa/mahasiswi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas YARSI?
3. Untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama atau simultan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi online (Go-jek) pada mahasiswa/mahasiswi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas YARSI?
4. Untuk mengetahui pandangan Islam terhadap harga, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi online (Go-jek) dalam pandangan Islam?

## 1. 4. Manfaat Penelitian

Dari penelitian yang dilakukan oleh penulis diharapkan penelitian ini bermanfaat bagi perusahaan, konsumen, penelitian selanjutnya dan pembaca dengan penjelasan sebagai berikut:

### 1.4.1. Manfaat Praktis

1. Bagi perusahaan, penelitian ini dapat dijadikan bahan pertimbangan dan referensi dalam mengukur kepuasan pelanggan.

### 1.4.2. Manfaat Akademis

1. Bagi peneliti selanjutnya dapat digunakan sebagai dasar perluasan penelitian terutama yang berhubungan dengan pengaruh harga kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.
2. Bagi pembaca, penelitian ini diharapkan memberikan bukti empiris mengenai variable-variabel yang dapat memengaruhi kepuasan pelanggan.