

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Memuaskan kebutuhan pelanggan adalah keinginan setiap perusahaan karena pelanggan merupakan inti dari perusahaan. Perusahaan dapat hidup dan berkembang karena mempunyai pelanggan-pelanggan yang memberikan keuntungan bagi perusahaan. Kepuasan pelanggan merupakan hal penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam melayani para pelanggan agar perusahaan memiliki citra yang baik sehingga perusahaan dapat maju dan berkembang serta menghasilkan profit yang tinggi. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan pelanggan dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Pelanggan yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali dikemudian hari. Hal ini berarti kepuasan merupakan faktor kunci bagi pelanggan dalam melakukan pembelian ulang yang merupakan porsi terbesar dari volume penjualan perusahaan.

Menurut (Oliver dalam Meithiana indrasari, 2019:86) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah rangkuman kondisi psikologis yang dihasilkan ketika emosi yang mengelilingi harapan tidak cocok dan dilipat gandakan oleh perasaan-perasaan yang terbentuk mengenai pengalaman pengkonsumsian. Kepuasan

pelanggan menurut Kotler dan Keller (2009:138 - 139) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Seorang konsumen dapat menilai kepuasan pelanggan setelah memakai produk tersebut, setelah itu baru dapat disimpulkan tingkat kepuasan terhadap produk yang dikonsumsi.

Banyak faktor yang menumbuhkan kepuasan pelanggan antara lain yaitu kualitas produk, kualitas sistem informasi, profesional, emosional, jaminan, keamanan, harga, dan kualitas pelayanan. Dari banyaknya faktor yang menumbuhkan kepuasan pelanggan, peneliti tertarik kepada tiga faktor yang akan menumbuhkan kepuasan pelanggan. Faktor tersebut yaitu kualitas sistem informasi, harga dan kualitas pelayanan. Kepuasan pelanggan dalam konteks penelitian ini berkaitan dengan transportasi umum yang sering digunakan manusia untuk menjalankan aktivitas sehari-hari.

Transportasi merupakan sarana yang sangat dibutuhkan oleh manusia untuk bepergian ataupun memindahkan barang dari satu tempat ke tempat lain. Transportasi dibutuhkan manusia karena sangat membantu dan mempermudah dalam melakukan aktivitas sehari-hari. Transportasi juga merupakan sarana perkembangan yang penting dalam memperlancar roda perekonomian dan mempengaruhi semua aspek kehidupan. Transportasi dapat membantu perekonomian yang baik di suatu daerah bahkan di suatu negara. Semakin baik dan tertatanya transportasi di suatu daerah maka akan semakin baik pula perekonomiannya.

Indonesia merupakan negara dengan jumlah penduduk terbesar keempat di dunia. Laporan *World Population Review* mencatat, jumlah penduduk Indonesia mencapai 275,5 juta orang hingga 1 November 2022. Jumlah penduduk ini tentunya akan semakin bertambah setiap tahunnya sehingga kebutuhan jasa transportasi umum juga akan semakin meningkat, hal ini dimanfaatkan oleh para pelaku bisnis untuk mengembangkan bisnisnya di sektor jasa transportasi.

Dengan kecanggihan teknologi zaman sekarang, para pelaku bisnis banyak berlomba-lomba untuk membuat aplikasi berbasis *online* yang dapat mempermudah pekerjaan serta dapat diakses di mana pun dan kapan pun. Jasa transportasi umum pada zaman sekarang sudah berkembang dengan adanya ojek *online*. Ojek *online* ini tentunya sangat berbeda sistem dengan ojek konvensional atau ojek pangkalan yang sudah ada dari zaman dulu. Bermodalkan *smartphone* dan kuota internet, masyarakat tinggal mengunduh aplikasi yang telah disediakan oleh perusahaan ojek *online*. Penggunaannya pun sangat mudah serta dapat digunakan di mana pun dan kapan pun. Melalui aplikasi ojek *online*, kita dapat melihat *driver* di sekitar tempat kita berada sehingga masyarakat tidak perlu lagi mencarinya secara manual. Berbeda dengan ojek pangkalan, masyarakat harus mencarinya di sepanjang jalan secara manual, hal ini banyak memakan waktu yang lama belum lagi kita harus menanyakan harganya dan apabila tidak sesuai dengan yang diharapkan maka akan ada negosiasi kembali.

Di Indonesia sudah banyak bermunculan transportasi ojek *online* seperti Gojek, Grab, Uber, Maxim, dan lain-lain. Jasa layanan yang ditawarkan kepada masyarakat pun sangat beragam diantaranya seperti layanan antar jemput

penumpang menggunakan motor atau mobil, pembayaran tagihan seperti pulsa, listrik, BPJS, internet, dan lain-lain, layanan belanja *online*, layanan pesan antar makanan, layanan pesan tiket hiburan, layanan pengiriman barang, dan masih banyak lagi jasa lainnya yang diberikan oleh perusahaan transportasi *online*.

Perusahaan tentunya perlu melakukan strategi pemasaran dengan baik untuk menarik perhatian para pelanggan. Dengan teknologi zaman sekarang yang sudah canggih, tentunya masyarakat ingin memenuhi segala kebutuhannya dengan cepat, praktis, mudah dijangkau, aman, serta harganya pun sesuai dengan kualitas dan kebutuhan yang diinginkan. Masyarakat tentunya sangat senang dan merasa terbantu dengan adanya transportasi *online* di Indonesia. Namun di tengah banyaknya masyarakat yang menggunakan jasa transportasi *online*, terdapat berbagai macam keluhan mengenai tidak puasny pelanggan dan merasa kecewa menggunakan layanan transportasi *online*.

Melihat banyaknya fenomena keluhan dari para pelanggan seperti aplikasi layanan Gojek yang bermasalah pada tanggal 13 Januari 2023. Pelanggan menyerbu akun resmi gojek baik di Instagram dan Twitter dengan keluhan bahwa server layanan *Go-ride* dan *Go-car* bermasalah. Selain itu, pelanggan juga mengeluhkan saldo *Gopay* yang terpotong padahal layanan transportasi itu belum digunakan dan bahkan pengemudi belum tiba di titik penjemputan. Tentu saja pengguna meminta uang yang terpotong tersebut dapat kembali. Banyak juga yang menyatakan sulit memesan dan membatalkan. Bukan hanya pelanggan, dari sisi pengemudi juga mengeluh jika mereka mendapat orderan tetapi tidak muncul tampilannya, lokasi GPS pun error. (Sumber: <https://tekno.tempo.co>)

Sejumlah penyedia jasa ojek *online* (ojol) mulai menerapkan penyesuaian tarif terbaru setelah adanya kebijakan kenaikan harga penyedia layanan jasa transportasi ojek *online* oleh Kementerian Perhubungan (Kemenhub) Indonesia. Dengan adanya pembaruan tarif ojek *online* yang ditetapkan oleh pemerintah pada tanggal 11 September 2022 menyebabkan perubahan harga pada transportasi *online*.

Tabel 1. 1
Pembaruan Tarif Ojek Online

Biaya Jasa	KP 564 Tahun 2022			KP Baru Tahun 2022		
	Batas Bawah (Rp)	Batas Atas (Rp)	Minimal (Rp)	Batas Bawah (Rp)	Batas Atas (Rp)	Minimal (Rp)
Zona I	1.850	2.300	9.250 s.d 11.500	2.000	2.500	8.000 s.d 10.000
Zona II	2.600	2.700	13.000 s.d 13.500	2.550	2.800	10.200 s.d 11.200
Zona III	2.100	2.600	10.500 s.d 13.000	2.300	2.750	9.200 s.d 11.000

Sumber: <https://www.kompas.com>

Keterangan :

Zona I : Sumatera, Bali, dan Jawa kecuali Jabodetabek

Zona II : Jabodetabek

Zona III : Kalimantan, Sulawesi, Nusa Tenggara dan sekitarnya, Maluku, dan Papua

Selain pembaruan tarif ojek *online* yang ditetapkan pemerintah, pelayanan yang diberikan oleh jasa transportasi *online* pun masih kurang dalam memahami konsumen. Menurut survei yang dilakukan oleh Yayasan Lembaga Konsumen

Indonesia (YLKI), terdapat 9 ragam keluhan yang dialami konsumen terhadap layanan *ridehailing*.

Tabel 1. 2
Keluhan Pelanggan Layanan *Ridehailing*

No	Keluhan Pelanggan	Jumlah Keluhan
1	Pengemudi minta dibatalkan	1.041
2	Sulit mendapatkan pengemudi	989
3	Pengemudi membatalkan secara sepihak	757
4	Aplikasi map rusak/ <i>error</i>	612
5	Pengemudi tidak datang	296
6	Kondisi kendaraan kurang baik	282
7	Pengemudi ugal-ugalan	221
8	Kendaraan bau asap rokok	215
9	Pengemudi merokok saat mengemudi	35

Sumber: <https://www.indotelko.com>

Pelanggan juga sering mengeluhkan mengenai pelayanan pada *costumer service* yang dinilai masih kurang tanggap dalam merespon pertanyaan maupun keluhan dari para pelanggan. Seperti salah satu pelanggan yang mengeluhkan *voucher* dan potongan ongkos kirim di semua *merchant* Gojek yang tidak tersedia lalu pelanggan tersebut menghubungi *costumer service* untuk menanyakan permasalahan tersebut namun sistem layanan bantuan melalui aplikasi terlalu banyak dijawab oleh bot dan tidak dapat memberikan informasi atau jawaban atas permasalahan tersebut. Hal ini membuat pelanggan merasa kesal dan kecewa atas

pelayanan Gojek yang kurang tanggap dalam merespon *customer service*. (Sumber: <https://mediakonsumen.com>)

Melihat dari fenomena di atas, perusahaan penyedia jasa transportasi *online* seharusnya memberikan sistem informasi yang aman serta berkualitas. Mulyanto (2009:29) menyatakan, sistem informasi merupakan suatu komponen yang terdiri dari manusia, teknologi informasi, dan prosedur kerja yang memproses, menyimpan, menganalisis, dan menyebarkan informasi untuk mencapai suatu tujuan. Kualitas sistem informasi didefinisikan Davis *et al.* (1989) sebagai *perceived ease of use* yang merupakan tingkat seberapa besar teknologi komputer dirasakan relatif mudah untuk dipahami dan digunakan. Kualitas sistem informasi menunjukkan bahwa ketika pengguna sistem informasi merasa bahwa sistem ini mudah digunakan, pengguna tidak memerlukan usaha banyak untuk menggunakannya, sehingga mereka akan lebih banyak waktu untuk mengerjakan hal lain yang kemungkinan akan meningkatkan kinerja mereka secara keseluruhan. Apabila pengguna akhir sistem informasi percaya bahwa kualitas informasi yang dihasilkan dari suatu sistem informasi adalah baik, maka pengguna akhir akan merasakan kepuasan dalam menggunakan sistem informasi tersebut.

Untuk memenuhi kepuasan pelanggan, perusahaan juga harus menetapkan harga yang sesuai dengan jasa yang ditawarkan kepada pelanggan. Harga merupakan faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan dan juga merupakan faktor penting dalam penjualan. Tjiptono dan Candra dalam Priansa (2017:209) mengatakan bahwa harga merupakan bagian yang melekat pada produk yang mencerminkan seberapa besar kualitas produk tersebut. Menurut Lupiyoadi

(2013:136), harga memainkan peranan penting dalam bauran pemasaran, karena penentuan harga terkait langsung nantinya dengan pendapatan yang diterima oleh perusahaan. Harga tentunya tidak hanya ditujukan untuk pembelian di pasar maupun supermarket saja, namun harga juga dapat ditujukan untuk transaksi jual beli secara *online* di *marketplace* maupun di media sosial.

Konsumen mempertimbangkan harga dalam menentukan jasa yang akan digunakannya. Alasan ekonomis akan menunjukkan bahwa harga yang rendah atau harga yang selalu berkompetisi merupakan salah satu pemicu penting untuk meningkatkan kinerja pemasaran, tetapi alasan psikologis dapat menunjukkan bahwa harga justru merupakan indikator kualitas dan karena itu dirancang sebagai salah satu instrumen penjualan sekaligus sebagai instrumen kompetisi yang menentukan.

Perusahaan jasa transportasi *online* diharapkan dapat mempertimbangkan penetapan harga yang sesuai dengan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Harga adalah jumlah rupiah yang bisa dibayar oleh pasar (Colin, 2011). Dari pernyataan tersebut harga dapat dikatakan sebagai suatu ukuran alat tukar agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu produk barang atau jasa. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen akan semakin selektif dalam memilih salah satu dari banyaknya alternatif transportasi yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan.

Selain memperhatikan kualitas sistem informasi dan harga, perusahaan juga harus memperhatikan kualitas pelayanan untuk mencapai kepuasan pelanggan. Perusahaan jasa transportasi *online* harus memperhatikan dan memberikan kualitas pelayanan yang baik dan memuaskan sesuai kebutuhan dan keinginan konsumen.

Pelayanan menurut Kasmir (2017:47) adalah tindakan atau perbuatan seseorang atau suatu organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, sesama karyawan, dan juga pimpinan. Menurut Fandy Tjiptono (2017:180) mendefinisikan kualitas pelayanan atau kualitas jasa sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Kotler (2002) menjelaskan bahwa terdapat hubungan yang erat antara kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan profitabilitas perusahaan. Semakin tinggi tingkat kualitas pelayanan menyebabkan semakin tingginya kepuasan pelanggan dan juga mendukung harga yang lebih tinggi serta biaya yang lebih rendah.

Tingginya keluhan konsumen terhadap pelayanan transportasi *online*, menunjukkan bahwa perusahaan belum mempunyai standar pelayanan yang terukur. Untuk itu perusahaan harus memperhatikan kualitas pelayanan yang menjadi hal penting serta dimaksimalkan agar mampu bertahan dan tetap dijadikan pilihan oleh pelanggan.

Penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh peneliti lain menunjukkan bahwa kualitas sistem informasi, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal tersebut diperkuat dengan hasil penelitian terdahulu dari Robyardi et al (2022) yang menyatakan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara kualitas sistem informasi, harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan penelitian dari Hakim et al (2018) juga menyatakan bahwa kualitas sistem informasi dan harga berpengaruh positif dan signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, penelitian dari Prawiranta & Diana (2018)

menunjukkan hasil bahwa kualitas sistem informasi, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan secara parsial dan simultan.

Untuk variabel kualitas pelayanan, hasil penelitian dari Christono (2022) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan menurut penelitian dari Dwi & Safavi (2021) menyatakan bahwa kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan secara parsial tidak berpengaruh signifikan atau positif.

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Prawiranta & Diana (2018). Perbedaan dengan penelitian sebelumnya yaitu terletak pada waktu dan tempat yang diteliti oleh peneliti yaitu pada mahasiswa Universitas Pasundan.

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang dikemukakan, maka penulis merasa termotivasi dan tertarik untuk melakukan penelitian yang hasilnya akan dituangkan dalam bentuk skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Sistem Informasi, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi *Online* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Pasundan Bandung)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis mengidentifikasi masalah dalam penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana kualitas sistem informasi jasa transportasi *online* pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Pasundan Bandung?

2. Bagaimana harga jasa transportasi *online* pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Pasundan Bandung?
3. Bagaimana kualitas pelayanan jasa transportasi *online* pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Pasundan Bandung?
4. Bagaimana kepuasan pelanggan jasa transportasi *online* pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Pasundan Bandung?
5. Seberapa besar pengaruh kualitas sistem informasi terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi *online* pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Pasundan Bandung?
6. Seberapa besar pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi *online* pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Pasundan Bandung?
7. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi *online* pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Pasundan Bandung?
8. Seberapa besar pengaruh kualitas sistem informasi, harga dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi *online* pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Pasundan Bandung?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang hendak dicapai oleh peneliti ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui kualitas sistem informasi jasa transportasi *online* pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Pasundan Bandung

2. Untuk mengetahui harga jasa transportasi *online* pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Pasundan Bandung.
3. Untuk mengetahui kualitas pelayanan jasa transportasi *online* pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Pasundan Bandung.
4. Untuk mengetahui kepuasan pelanggan jasa transportasi *online* pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Pasundan Bandung.
5. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas sistem informasi terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi *online* pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Pasundan Bandung.
6. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi *online* pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Pasundan Bandung.
7. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi *online* pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Pasundan Bandung.
8. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas sistem informasi, harga dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi *online* pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Pasundan Bandung.

1.4 Kegunaan Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna baik secara teoritis maupun praktis.

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan penambahan ilmu pengetahuan yang berhubungan dengan sistem informasi yang berkualitas, harga, kualitas pelayanan serta faktor-faktor kepuasan pelanggan lainnya. Selain itu penelitian ini diharapkan dapat mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas sistem informasi, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Adapun kegunaan praktis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Penelitian ini berguna untuk menambah pemahaman dan kemampuan menganalisis tentang pengaruh kualitas sistem informasi, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, penulis juga dapat menerapkan ilmu pengetahuan yang telah diperoleh dalam bangku perkuliahan.

2. Bagi Perusahaan

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan dalam memenuhi harapan pelanggan serta memberikan masukan kepada perusahaan agar lebih memperhatikan kualitas sistem informasi, kualitas pelayanan dan penempatan harga dalam mewujudkan kepuasan pelanggan.

3. Bagi Pihak Lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan sumber informasi sebagai referensi bagi penelitian lain dengan topik yang sejenis.