

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan zaman yang semakin canggih, alat transportasi dan komunikasi tidak bisa dipisahkan dari kehidupan manusia. Dua hal tersebut sering digunakan untuk mempermudah aktivitas manusia. Hal ini terbukti dengan adanya berbagai bidang seperti dari bidang komunikasi. Pemanfaatan teknologi tidak hanya di bidang komunikasi saja, namun teknologi di manfaatkan pada bidang pendidikan, ekonomi, pertanian, keamanan, transportasi dan lain-lain. Salah satu contoh dalam bidang transportasi yang semakin berkembang adalah Go-Jek. Dimana penggunanya membutuhkan perangkat media elektronik baru. Seperti yang diungkapkan menurut McQuail dalam buku Teori Komunikasi Massa (1987:16), ia menamakan media baru sebagai media telematik yang merupakan perangkat teknologi elektronik yang berbeda dengan penggunaan yang berbeda pula. Perangkat media elektronik baru ini mencakup beberapa sistem teknologi, sistem transmisi (melalui kabel atau satelit), sistem miniaturisasi, sistem penyimpanan dan pencarian informasi. Maka dari itu dapat di katakan bahwa media baru adalah tempat dimana seluruh pesan komunikasi terdesentralisasi; distribusi pesan lewat *satelite* meningkatkan penggunaan jaringan kabel dan komputer, keterlibatan *audiens* dalam proses komunikasi yang semakin meningkat. Keterlibatan *audiens* dalam proses komunikasi juga digambarkan dalam menggunakan aplikasi Go-Jek ini. Dimana komunikator (*driver*) memberikan informasi keberadaanya melalui *feature chat* yang sudah tersedia agar komunikan (pelanggan) menerima informasi dengan jelas. Dan juga sistem penyajian gambar (dengan menggunakan kombinasi teks dan grafik secara lentur, dan sistem pengendalian (oleh komputer). Dengan berkembangnya zaman yang semakin cepat dan kemajuan dalam pendidikan serta perekonomian yang lebih makmur, perubahan sosial budaya masyarakat, serta perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang sudah sangat maju, sarana transportasi dan komunikasi pun semakin mudah.

Seperti yang dilansir dalam (www.jabar.bps.go.id) yang berjudul Statistik Indonesia 2017 (*Statistical Yearbook of Indonesia 2017*) pada tahun 2017 Provinsi yang memiliki jumlah penduduk terbanyak adalah provinsi Jawa Barat. Provinsi yang sering disingkat dengan JABAR ini memiliki jumlah penduduk sebanyak 47.379.400

jiwa atau sekitar 18,3% dari keseluruhan jumlah penduduk di Indonesia. Di daerah perkotaan seperti Bandung yang penduduknya cukup padat, kemacetan sering terjadi. Menurut data (www.tribunnews.com) dalam temuan lembaga riset Inrix, tingkat kemacetan kota-kota di dunia mengalami kenaikan. Peningkatan kemacetan ini juga terjadi pada kota-kota di Indonesia yang disurvei Inrix sepanjang 2017. Merupakan hal yang wajar jika sebagian kota-kota tersebut merupakan ibu kota dari masing-masing provinsi yang mewakilinya. Inrix mengumpulkan data dari 1.360 kota di 38 negara yang mencakup lebih dari 250.000 kilometer persegi jalan dan berfokus pada kemacetan di seluruh sepanjang hari dan minggu. Berikut tabel kota termacet di Indonesia:

Tabel 1.1
Kota termacet di Indonesia

Kota	Keterangan
Jakarta	Sebagai Ibu Kota Republik Indonesia, Jakarta berada di posisi teratas sebagai kota dengan jaringan jalan paling padat. Jakarta bahkan berada pada daftar 25 kota-kota termacet di dunia yang peringkatnya naik ke posisi 12 dibandingkan 2016 pada posisi 22. Lama waktu yang dihabiskan pengendara ketika macet mencapai 63 jam dalam setahun.
Bandung	Menjadi pusat pemerintahan Provinsi Jawa Barat, Bandung menduduki posisi kedua kota paling macet di Indonesia setelah Jakarta. Lama waktu kemacetan di Bandung juga mengalami peningkatan dibanding 2016, yaitu mencapai 46 jam dalam setahun.

Malang	Tingkat kemacetan di Malang mengalahkan Surabaya yang menjadi Ibu Kota di Jawa Timur. Kota kedua terbesar di Jawa Timur ini bahkan duduk sebagai kota ketiga dengan tingkat kemacetan terparah di Indonesia. Pengendara harus menghabiskan waktu selama 45 jam dalam setahun di tengah macet dengan persentase keseluruhan 23 persen.
Yogyakarta	Kota dengan julukan Kota Pelajar ini menduduki posisi ke-4 sebagai kota paling macet di Indonesia. Tingkat kemacetan di Yogyakarta ini setara dengan Malang, di mana pengendara harus menghabiskan waktu 45 jam terjebak di jalan dalam setahun.
Padang	Sebagai Ibu Kota Provinsi Sumatera Barat, Padang muncul di peringkat ke-5 kota paling macet, mengalahkan Medan yang sama-sama berada di Pulau Sumatera. Pengendara harus terjebak selama 45 jam dalam setahun di jalanan Padang dengan rata-rata persentasenya 24 persen.

(Sumber: www.tribunnews.com, 2018)

Dapat dilihat pada tabel di atas bahwa kota Bandung merupakan kota termacet ke dua di Indonesia dan mengalami peningkatan dari tahun 2016, yaitu mencapai 46 jam setahun. Hal ini harus menjadi perhatian lebih bagi Kota Bandung. Selain menjadi kota yang memiliki tingkat kemacetan yang tinggi, kota Bandung juga merupakan kota favorite mahasiswa untuk merantau karena kota Bandung memiliki banyak universitas mulai dari universitas negeri, universitas swasta hingga sekolah tinggi. Dapat dilihat melalui tabel berikut:

Tabel 1.2
Kota Pendidikan di Indonesia

Nama Kota	Keterangan
Jogjakarta	Dijuluki sebagai Kota Pelajar, Yogyakarta merupakan rumah untuk berbagai kampus, baik negeri maupun swasta yang menjadi sasaran banyak mahasiswa. Beberapa perguruan tinggi favorit di Yogya antara lain Universitas Gadjah Mada (UGM), Universitas Negeri Yogyakarta (UNY) dan lain-lain. Faktor lain yang membuat mahasiswa betah kuliah di Yogyakarta adalah biaya hidup yang relatif murah
Bandung	Kesejukan Kota Bandung menjadi salah satu daya tarik bagi mahasiswa yang kuliah di sana. Beberapa universitas ternama, seperti Institut Teknologi Bandung (ITB), Universitas Pendidikan Indonesia (UPI) dan Universitas Padjajaran (Unpad) banyak diminati oleh mahasiswa dari luar Bandung, bahkan luar Pulau Jawa. Kota Kembang ini juga memiliki kampus swasta yang cukup difavoritkan, seperti Universitas Parahyangan (Unpar) dan Telkom University.
Surabaya	Surabaya juga memiliki banyak kampus unggulan, seperti Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS) dan Universitas Airlangga (Unair). Kota ini merupakan salah satu kota terbesar di Indonesia sehingga memiliki fasilitas yang lengkap untuk menunjang proses pembelajaran selama kuliah. Wilayah yang strategis dan mudah diakses juga menjadi salah satu pertimbangan banyak orangtua.
Jabodetabek	Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi merupakan tempat yang banyak menyediakan fasilitas pendidikan, termasuk kampus. Kampus negeri maupun swasta tersedia di kota-kota tersebut. Seperti di wilayah depok ada Universitas Indonesia (UI), sedangkan di Bogor ada Institut Pertanian Bogor (IPB). Biaya hidup di Jabodetabek relatif tinggi lantaran termasuk kota-kota besar.
Malang	Sama halnya dengan Bandung, Malang menjadi salah satu kota yang punya udara sejuk dan banyak kulinernya. Kota ini juga

	memiliki universitas ternama, seperti Universitas Brawijaya (UB). Biaya hidup di Malang relatif masih murah. Sementara masyarakat di sana juga ramah pada pendatang.
Semarang	Semarang merupakan ibu kota Provinsi Jawa Tengah. Dua universitas favorit di sana, yakni Universitas Diponegoro (Undip) dan Universitas Negeri Semarang (Unnes). Sama halnya dengan Surabaya, Semarang memiliki berbagai fasilitas penunjang kuliah yang lengkap dengan biaya hidup relatif terjangkau.

(Sumber: news.okezone.com, 2018)

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa kota Bandung memiliki mahasiswa yang cukup banyak dengan adanya berbagai macam perguruan tinggi. Berdasarkan survei yang dilakukan peneliti. Mahasiswa yang sedang mengenyam pendidikan atau sedang merantau sedikit dari mereka yang menggunakan kendaraan pribadi dengan alasan kotanya yang padat dan mengakibatkan kemacetan sehingga mereka tidak membawa kendaraan pribadi dan juga jika membawa kendaraan pribadi mahasiswa harus mengeluarkan *budget* yang lebih atau menjadi lebih mahal. Karena berbagai macam alasan itu lah membuat mahasiswa tidak memiliki kendaraan pribadi jika sedang merantau atau sedang mengenyam pendidikan di kota orang. Kemacetan pun menjadi salah satu alasan Mahasiswa Bandung lebih memilih menggunakan transportasi umum. Namun yang menjadi permasalahan di kota Bandung yaitu kemacetannya yang belum bisa di atasi.

Selain itu dapat disimpulkan, Bahwa Kota Bandung merupakan kota pelajar sekaligus kota termacet di Indonesia. Walaupun menjadi kedua untuk kota pelajar dan kota kedua untuk kemacetan, namun menurut survei Kota Jogja menduduki kota termacet di urutan ke 4 setelah Kota Malang jadi lebih macet Kota Bandung di bandingkan Kota Jogja dan Kota Jakarta menduduki urutan ke 4 untuk kategori kota pendidikan di Indonesia, masih lebih unggul Kota Bandung di bandingkan Kota Jakarta.

Ada berbagai cara yang bisa dilakukan untuk mengurai kemacetan yang terjadi di Kota Bandung, salah satunya adalah dengan mengurangi penggunaan kendaraan seperti mobil dan sepeda motor pribadi, cara yang dapat dilakukan yaitu para pengguna kendaraan pribadi beralih pada transportasi umum. Dengan didukungnya pilihan transportasi yang beragam dan mudah diakses, diharapkan para pengguna kendaraan

pribadi dapat beralih ke angkutan umum agar mengurangi kemacetan di kota Bandung. Dengan bermunculannya berbagai masalah transportasi, semakin banyak pula bisnis disektor jasa transportasi baik itu bisnis skala besar seperti taxi, bus dan lain-lain sampai dengan bisnis skala kecil seperti ojek pangkalan. Untuk memenuhi kebutuhan akan jasa transportasi tersebut, perlu adanya penyedia jasa yang memberikan pelayanan yang baik dan inovatif. Menurut Tjiptono F& Chandra G dalam buku *Service, Quality, & Satisfaction* (3 ed.) (2011: 200) Inovasi bukanlah hanya sekedar proses penciptaan sesuatu yang baru, tetapi dia juga merupakan produk *actual* atau *outcome* (hasil). Bagi bisnis penghasil jasa, *outcome* bukan hasil *output*, akan tetapi modifikasi dari pelayanan yang sudah ada. Sehingga perusahaan jasa transportasi membuat inovasi yang mempermudah masyarakat serta mempersingkat waktu perjalanan. Loyalitas pelanggan dalam menggunakan jasa transportasi, diantaranya adalah kualitas pelayanan yang diberikan, kepuasan yang didapatkan dan dirasakan oleh pelanggan, nilai yang difikirkan pelanggan. Suatu perusahaan yang mampu memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan akan membuat citra positif bagi perusahaan. Pelayanan yang baik mendorong minat pelanggan untuk menggunakan kembali jasa tersebut sehingga tercipta loyalitas. Perusahaan yang menjualkan jasa berarti menjualkan produknya dalam bentuk kepercayaan. Menurut Prof Dr. Sofjan A dalam buku Manajemen Pemasaran (2015:214) Memberikan pelayanan terbaik untuk konsumen menjadi tolak ukur keberhasilan sebuah perusahaan. Perusahaan yang berhasil memasarkan produk atau jasanya kepada konsumen dengan pelayanan yang memuaskan mendapatkan *brand* yang baik dimata konsumen. Pelayanan yang dimaksud termasuk dari pelayanan sewaktu menawarkan produk atau jasa, pelayanan ketika memberikan jasa, pelayanan atas resiko yang terjadi saat memberikan jasa dan pelayanan lain sebagainya.

Sejalan dengan pesatnya teknologi informasi dan komunikasi, teknologi transportasi pun tak kalah berkembang pesatnya. Saat ini banyak bermunculan jasa transportasi *online* di Indonesia seperti Go-Jek dan Grab.

Dilansir dalam (www.tribunnews.com) Go-Jek merupakan salah satu penyedia layanan jasa transportasi *online* khususnya sepeda motor. PT. Go-Jek Indonesia merupakan perusahaan *start-up* bisnis dengan pertumbuhan terbesar di Indonesia. Dua juta orang telah mendownload aplikasi Go-jek karena itu dapat di katakan bahwa aplikasi Go-Jek menjadi aplikasi lokal nomor satu di Indonesia. Dilansir dalam website resmi Go-Jek yaitu www.go-jek.com pada akhir tahun 2017 PT. Go-Jek baru

saja mendapatkan beberapa penghargaan. Perusahaan penyedia layanan *on-demand* berbasis aplikasi ini berhasil masuk dalam daftar 56 Perusahaan yang mengubah dunia rilisan *Fortune* atau disebut dengan daftar “*Change the World.*” Go-Jek menempati peringkat ke-17, bersama sejumlah perusahaan-perusahaan kelas dunia lainnya seperti Apple (peringkat-3), Unilever (peringkat-21), Microsoft (peringkat-25), dan masih banyak lagi. Go-Jek menjadi satu-satunya perusahaan asal Asia Tenggara yang masuk dalam daftar tersebut. Selain masuk dalam daftar “*Change the World*” dari *Fortune*, Go-Jek juga baru-baru ini mendapatkan penghargaan sebagai *Top 10 Most Powerful Brand in Indonesia* pada acara Brand Asia 2017. Dalam penghargaan yang diberikan oleh MarkPlus, Inc bekerjasama dengan Nikkei BP Consulting tersebut, Go-Jek juga dinobatkan sebagai *Top 3 Brand Performer* dan *Top 3 Most Powerful Transportation* atau *Logistic Brands*. Sebelumnya, Go-Jek juga mendapatkan penghargaan dalam Bank Indonesia Awards sebagai Perusahaan *Fintech* Teraktif Pendukung Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) Inklusi dan Edukasi Keuangan serta Pemberdayaan UMKM.

Menurut Nadim Makarin selaku CEO Go-Jek, Untuk pertama kalinya sektor ojek menjadi sumber pajak kepada pemerintah (www.tribunnews.com). Idenya mendirikan Go-Jek muncul saat ia berbicara dengan tukang ojek langganannya. Ternyata lebih dari 70% waktu kerjanya hanya menunggu pelanggan. Nadiem Makarin pun langsung mewawancarai tukang ojek lainnya, ternyata semuanya mengeluh susah cari pelanggan. Jika ada layanan transport dan *delivery* yang cepat dan praktis, pasti akan sangat membantu masyarakat. Dalam situsnya, mereka menyatakan bahwa “Go-Jek adalah perusahaan berjiwa sosial yang memimpin revolusi industri transportasi Ojek”. Go-Jek bermitra dengan para pengendara Ojek berpengalaman di kota Jakarta meliputi area JABODETABEK, kota Bandung, kota Bali dan kota Surabaya. Go-Jek menjadi solusi utama dalam pengiriman barang, pesan antar makanan, berbelanja dan berpergian di tengah kemacetan. Aplikasi Go-Jek dapat diunduh pada *smartphone* yang memiliki sistem operasi iOS dan Android. Go-Jek memanfaatkan media elektronik, dengan itu akses untuk pemesanan jasa ojek lebih mudah bagi konsumen.

Go-Jek pun menyediakan berbagai layanan lain seperti *Go-Food* yang dapat memesan makanan *secara online* dan menjemput makanan anda dari mana saja sesuai pesanan anda, kemudian ada *Go-Mart* salah satu layanan Go-Jek yang siap sedia untuk membelanjakan kebutuhan anda sehari-hari dan masih banyak lagi fitur-fitur yang diberikan oleh Go-Jek Indonesia. Walaupun Go-Jek sudah tidak

asing lagi dikalangan masyarakat khususnya di kota Bandung namun jasa di bidang transportasi ini harus tetap memperhatikan kenyamanan, keamanan serta kepuasan konsumennya. Jika konsumen puas akan pelayanan yang di berikan oleh Go-Jek maka pelanggan Go-Jek akan menggunakan jasa Go-Jek *secara* berulang (*repeat buying*) yang kemudian bisa menjadi pelanggan yang setia (*loyal customer*) sehingga perusahaan Go-Jek Indonesia sangat berpeluang menjadi *market leader* dan hal ini akan menjadikan perusahaan semakin maju dan dipercaya oleh pelanggan di Indonesia.

Go-jek memiliki strategi pemasaran untuk dapat membantu Go-jek mempermudah bisnis mereka, namun seiring perkembangan zaman Go-Jek mengubah strategi pemasaran tersebut demi kenyamanan ke dua belah pihak dan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.3
Tabel Perbandingan Strategi Pemasaran Jasa Transportasi Ojek Online
Go-jek Sebelum dengan Sesudah April 2017

	Sebelum April 2017	April 2017
Tarif Jabodetabek	<p><i>(Non Rush Hour)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Jarak tempuh 1-2.7 KM: Rp.4.000 • Jarak tempuh > 2.7 KM: Rp.1.500/km mulai dari KM pertama <p><i>(Rush Hour)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Jarak tempuh 1-2 km: Rp.4.000 • Jarak tempuh >2km: Rp.2000/km mulai dari KM pertama 	<p><i>(Non Rush Hour)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • 0 sampai 12 KM: Rp. 1.500/KM • lebih dari 12 KM: Rp. 2.500/KM dengan tarif minimum Rp.8.000 <p><i>(Rush Hour)</i></p> <p><i>Rush hour</i> (Senin-Jumat: 06.00 - 09.00 dan 16.00 - 20.00 WIB)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Perjalanan 0 - 10 kilometer: Rp 2.500 per kilometer • Perjalanan lebih dari 10 kilometer dikenakan 3.000 per kilometer
Tarif Luar Jabodetabek	<p>(Belum Ada Sistem <i>Rush Hour</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Jarak tempuh 1-4 KM: Rp.8.000 • Jarak tempuh > 4KM: Rp.2.000/km mulai dari KM pertama <p>(Belum Ada Sistem <i>Rush Hour</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Jarak tempuh 1-4 KM: Rp.8.000 • Jarak tempuh > 4KM: Rp.2.000/km mulai dari KM pertama 	<p><i>(Non Rush Hour)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Lebih dari 12 KM: Rp. 2.000/KM dengan tarif minimum Rp.4.000 <p><i>(Rush Hour)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Bandung (senin sampai jumat pukul 16.00 sampai 18.59) • Harga dari kota Bandung sama yaitu perjalanan lebih

		dari 2 KM: Rp.2.500/KM dengan tarif minimum Rp.4.000 <i>Rush Hour</i> tidak berlaku pada hari Sabtu-Minggu dan hari libur nasional.
Layanan	<ul style="list-style-type: none"> • Jasa transportasi (ojek&mobil) • <i>Instant courier</i> • <i>Shopping</i> • <i>Go-food</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Jasa transportasi (ojek&mobil) • <i>Instant courier</i> • <i>Shopping</i> • <i>Go-food</i> • <i>Go-glam</i> • <i>Go-massage</i>
Cara Order	Aplikasi Go-jek di <ul style="list-style-type: none"> • <i>iOs App Store</i> • <i>Android Google Playstore</i> 	Aplikasi Go-jek di <ul style="list-style-type: none"> • <i>iOs App Store</i> • <i>Android Google Playstore</i>

(Sumber: www.kumparan.com dan www.gojakgojek.com, 2017)

Dari tabel di atas dapat terlihat perbedaan strategi pemasaran sebelum bulan april dan pada saat bulan april. Terlihat bahwa layanan yang di keluarkan oleh PT. Go-jek belum banyak seperti bulan april dengan strategi pemasaran yang baru, dan untuk tarif sebelum bulan april untuk wilayah di luar jabodetabek belum di berlakukannya sistem *rush hour*. Dapat dilihat juga bahwa tarif di jabodetabek dengan luar jabodetabek berbeda dan lebih murah tarif di luar jabodetabek maka dari itu tarif di kota Bandung lebih murah di bandingkan di Jakarta.

Namun PT. Go-jek memiliki kompetitor di bidang yang sama yaitu Grab. Di lansir dalam (www.detik.com)_Grab adalah sebuah perusahaan asal Malaysia yang didirikan pada tahun 2012. Grab juga merupakan aplikasi penyedia transportasi dan tersedia di enam negara di Asia Tenggara, yakni Malaysia, Singapura, Thailand, Vietnam, Indonesia dan Filipina. Grab memiliki visi untuk merevolusi industri pertaksian di Asia Tenggara, sehingga dapat memberikan keamanan serta kenyamanan bagi pengguna kendaraan seantero Asia Tenggara. Walaupun mereka sering disebut kompetitor namun Grab memiliki strategi pemasaran yang berbeda walaupun perbedaannya tidak terlalu signifikan dengan PT. Go-Jek. Berikut tabel strategi pemasaran Grab:

Tabel 1.4
Strategi Pemasaran Grab Indonesia 2017
Tarif Grab 2017

Tarif Jabodetabek	<p>Job dengan jarak 7 KM <i>(Rush Hour</i> dulu)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Argo = $(1.500 \times 7 \text{ KM}) + 2.500 = \text{Rp } 13.000$ • Job dengan jarak 7 KM (YANG BARU) <i>(Rush Hour</i> sekarang) <p>Argo = $(1.750 \times 7 \text{ KM}) + 2.500 = \text{Rp } 14.750$</p>
Tarif Luar Jabodetabek	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Rush Hour</i> (Pukul 06:00 – 09:00 dan pukul 16:00 – 19:00 WIB) <p>Tarif minimum pada jam sibuk: Rp 5.000 Biaya tambahan pada jam sibuk: Rp 5.000</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>NonRush Hour</i> <p>Tarif minimum di luar jam sibuk: Rp 5.000 Sementara untuk perjalanan dengan jarak lebih dari 12 KM, GrabBike akan menambahkan biaya sebesar Rp 2.500 per km.</p> <p>B. Di Luar Jam Sibuk: Contoh 1: Jarak 3km Tarif: Rp 4.500 (3 km x Rp 1.500) Bayar: Rp 5.000 (tarif minimum di luar jam sibuk)</p>
Layanan	<ul style="list-style-type: none"> • Jasa transportasi (ojek&mobil) • <i>Grab Food</i> • Kurir • <i>Grab Hitch (bike&car)</i>
Cara Order	Aplikasi Grab di <i>Appstore, Playstore, & Blackberry World</i>

(Sumber: www.kumparan.com, 2017)

Berdasarkan tabel di atas dapat terlihat, meskipun Go-Jek dan Grab Bike memiliki pelayanan dalam jasa yang sama namun Go-Jek memiliki fitur layanan yang lebih beragam, serta harga yang ditawarkan juga lebih murah.

Masyarakat Indonesia sudah mengenal PT. Go-Jek terlebih dahulu karena dalam (www.detik.com)_Go-Jek dirintis pada tahun 2011, sehingga lebih melekat di benak masyarakat. PT. Go-Jek merupakan aplikasi pertama yang mengeluarkan merek transportasi *online* sehingga masyarakat lebih berharap besar terhadap merek ini. Karena di anggap lebih berpengalaman dan dari segi fitur juga lebih beragam.

Berdasarkan survei yang dilakukan peneliti, terdapat perbedaan pelayanan antara kota Bandung dan kota Jakarta. Jika di Jakarta *driver* langsung memberikan masker sebelum melakukan perjalanan, sedangkan di kota Bandung peneliti harus menyanyakan terlebih dahulu kepada *driver* tentang ketersediaan masker yang

biasanya disediakan untuk konsumen. Selain itu, *driver* di kota Jakarta lebih memahami jalan, hingga jalan yang dapat dilalui untuk menghindari kemacetan pun mereka mengetahuinya sehingga *driver* tidak perlu menanyakan lagi lokasi penjemputan dimana dan tujuan kita melewati jalan mana. Sedangkan *driver* di kota Bandung belum hafal jalan sehingga membuat *driver* menanyakan lokasi penjemputan dimana, mereka belum mengetahui *secara* jelas jalanan di daerah Bandung sehingga membuat mereka melakukan pertanyaan yang cukup sering, dari survei yang dilakukan peneliti lah terlihat terdapat perbedaan pelayanan di kota Bandung.

Pada media (www.transonlinewatch.com) yang biasanya dialami pelanggan dengan ojek *online* ialah pemesanan Go-Jek tidak datang, tidak dapat pengendara, pengendara ugal-ugalan dan lainnya. Seperti hal-hal tersebut, yang membuat Go-Jek sering mendapat keluhan dari masyarakat.

Kualitas pelayanan menjadi penting agar perusahaan dapat bertahan dan dapat di percaya oleh pelanggan. Menurut Tjiptono (2011:59) kualitas pelayanan jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Apabila jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan jasa dipersepsikan dengan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas pelayanan jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya, jika jasa diterima lebih rendah daripada yang diharapkan maka kualitas pelayanan jasa dipersepsikan buruk.

Maka dari itu kualitas pelayanan menjadi penting karena dapat berdampak kepada citra perusahaan dan kepuasan pelanggan. Hal ini lah yang mendasari untuk meneliti kualitas pelayanan seperti yang di sampaikan oleh Kotler. Maka dari itu peneliti hendak mengangkat penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Transportasi *Online* Go-jek Terhadap Kepuasan Mahasiswa di Kota Bandung (Pasca Dikeluarkan Strategi Pemasaran April 2017)”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka masalahnya dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan *Driver* terhadap kepuasan Mahasiswa di kota Bandung?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan *Driver* terhadap kepuasan Mahasiswa di kota Bandung.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini adalah :

“Mengetahui pengaruh kualitas sistem dan mitra pelayanan transportasi *online* Go-Jek terhadap kepuasan pelanggan di kota Bandung”

1.4.1 Aspek Teoritis

Penelitian ini di harapkan dapat memberikan pengetahuan dan memberikan masukan bagi Ilmu Komunikasi yang berkaitan dengan Komunikasi Pemasaran, khususnya berkaitan dengan kualitas pelayanan dalam hubungannya terhadap kepuasan konsumen.

1.4.2 Aspek Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan evaluasi bagi PT.Go-jek dalam mengkaji aplikasi Go-Jek agar sistemnya lebih baik lagi dan mengkaji pengendaranya untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Selain itu, agar PT.Go-jek lebih memperhatikan keluhan pelanggan jika memang tidak merasa puas, dan apa yang pelanggan butuhkan atau inginkan agar memenuhi harapan bagi kepuasan pelanggan.

1.5 Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan antara bulan September 2017 sampai dengan bulan Maret 2018 dengan alokasi sebagai berikut:

Tabel 1.5 Jadwal Penelitian

Kegiatan	Tahun 2017-2018									
	Bulan									
	Sept	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun
Menentukan topik dan objek penelitian	■									
Penyusunan proposal	■	■	■	■						
Pelaksanaan penelitian dan pengumpulan data					■	■				
penyusunan hasil penelitian							■	■	■	
Penyusunan kesimpulan dan saran										■

(Sumber: Olahan Penulis 2017)