

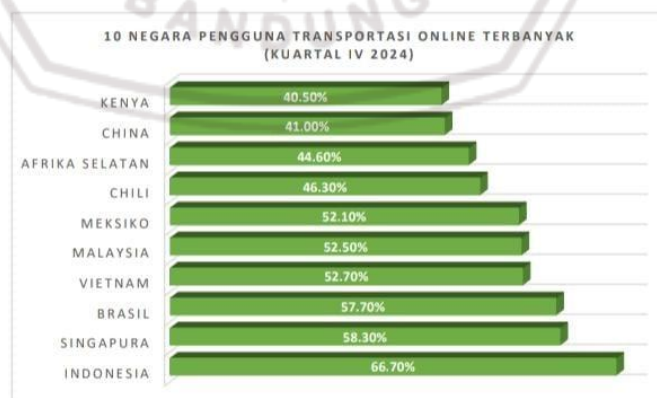
BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi yang semakin cepat telah memberikan dampak yang luas terhadap berbagai sektor kehidupan masyarakat, termasuk sektor transportasi. Salah satu inovasi yang muncul adalah transportasi berbasis aplikasi yang dikenal sebagai transportasi online. Layanan ini memudahkan masyarakat dalam melakukan mobilitas sehari-hari karena lebih mudah diakses, lebih efisien dalam waktu, serta menawarkan fleksibilitas dalam proses pemesanan. Kondisi tersebut mendorong meningkatnya penggunaan transportasi online di masyarakat.

Tingginya penggunaan transportasi *online* juga didukung oleh data yang menunjukkan bahwa Indonesia termasuk dalam negara dengan tingkat penggunaan layanan transportasi *online* yang tinggi (GoodStats, 2024). Hal ini memperlihatkan fenomena transportasi *online* sudah menjadi bagian penting dalam aktivitas masyarakat sehari-hari. Kemudahan akses, efisiensi waktu, serta kemudahan dalam pemesanan menjadi faktor utama meningkatnya penggunaan layanan transportasi *online*.



Sumber: Goodstats <https://goodstats.id/article/indonesia-jadi-pengguna-transportasi-online-terbesar-2024-sn07c>

Gambar 1. 1 Pengguna Transportasi Online

Berdasarkan grafik diatas, Indonesia menempati peringkat pertama di dunia sebagai pengguna transportasi online terbanyak pada tahun 2024 dengan persentase mencapai 66,7%. Data yang bersumber dari *We Are Social* ini menunjukkan bahwa adopsi layanan transportasi berbasis aplikasi di Indonesia mengungguli negara-negara lain, diikuti oleh Singapura di posisi kedua (58,3%) dan Brasil di posisi ketiga (57,7%). Tingginya angka ini mencerminkan dominasi dan ketergantungan yang besar dari masyarakat Indonesia terhadap efisiensi mobilitas digital dibandingkan dengan negara-negara berkembang maupun maju lainnya yang masuk dalam daftar 10 besar tersebut.

Salah satu Perusahaan yang menyediakan pelayanan transportasi *online* dan banyak digunakan di Indonesia adalah Grab, khususnya layanan *GrabBike*. Layanan ini menawarkan kemudahan dalam pemesanan, tarif yang relatif terjangkau, serta jangkauan layanan yang luas. Dalam praktiknya, *GrabBike* bukan hanya digunakan untuk sarana transportasi, tapi juga telah menjadi faktor penting dalam mendukung aktivitas masyarakat sehari-hari. Karena itu, kualitas dari pelayanan yang diberikan oleh *GrabBike* menjadi bagian yang sangat penting dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan.

Dalam konteks pemasaran jasa, kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor utama yang memengaruhi kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai kemampuan perusahaan dalam memberikan layanan yang sesuai atau melebihi harapan pelanggan (Jonkisz et al., 2022). Pelayanan yang berkualitas menimbulkan penilaian yang positif dari penggunanya, sehingga dapat meningkatkan kepuasan serta mendorong terbentuknya loyalitas terhadap suatu layanan.

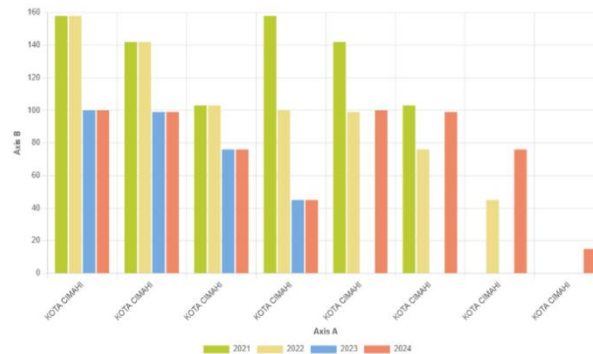
Selain itu, jika kualitas layanan yang disediakan belum memenuhi keinginan pengguna yang berdampak pada ketidakpuasan dan berpotensi menyebabkan pelanggan beralih ke penyedia jasa lain. Dalam hal ini membuktikan bahwa kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor yang penting untuk mempertahankan pelanggan dalam suatu industri jasa (Andika et al., 2023).

Kualitas pelayanan dalam jasa umumnya diukur menggunakan 5 dimensi utama yang dikenal dengan model *SERVQUAL* dengan meliputi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Kelima dimensi tersebut digunakan untuk penilaian sejauh mana pelayanan yang disediakan dapat memenuhi kebutuhan pelanggan (Jonkisz et al., 2022).

Pada konsep pelayanan transportasi *online*, dimensi-dimensi tersebut memiliki peran yang sangat penting, mengingat karakteristik layanan yang bersifat tidak berwujud (*intangible*) serta bergantung pada hubungan secara langsung antar penyedia jasa dengan pelanggan. Dengan demikian, kualitas layanan jadi bagian penilaian utama dalam menilai tingkat kepuasan pelanggan pada penggunaan layanan berbasis aplikasi (Arli et al., 2024).

Seiring dengan perkembangan tersebut, penggunaan transportasi *online* bukan hanya meningkat di Indonesia, tapi telah terjadi di beberapa negara lainnya. Fenomena ini membuktikan jika transportasi berbasis aplikasi telah menjadi tren global yang didukung oleh kemajuan teknologi digital dan perubahan perilaku masyarakat dalam memenuhi kebutuhan mobilitas. Masyarakat cenderung memilih layanan transportasi *online* karena dinilai lebih praktis, efisien, serta mudah diakses melalui perangkat *smartphone*. Kondisi ini mendorong perusahaan penyedia jasa untuk terus berinovasi dalam meningkatkan kualitas layanan agar mampu bersaing di pasar yang semakin kompetitif.

Selain terjadi secara nasional, penggunaan transportasi *online* juga berkembang di berbagai daerah perkotaan, termasuk di wilayah Jawa Barat dan Kota Cimahi. Kota Cimahi merupakan wilayah penyangga Kota Bandung yang memiliki tingkat mobilitas masyarakat cukup tinggi karena banyak masyarakat melakukan aktivitas pekerjaan, pendidikan, dan perdagangan setiap hari. Kondisi tersebut menyebabkan kebutuhan terhadap layanan transportasi yang praktis dan efisien semakin meningkat. Penelitian Fakhriyah (2020) menunjukkan bahwa keberadaan transportasi *online* di Kota Cimahi berkembang cukup pesat dan menjadi bagian dari aktivitas masyarakat sehari-hari (Fakhriyah, 2020).



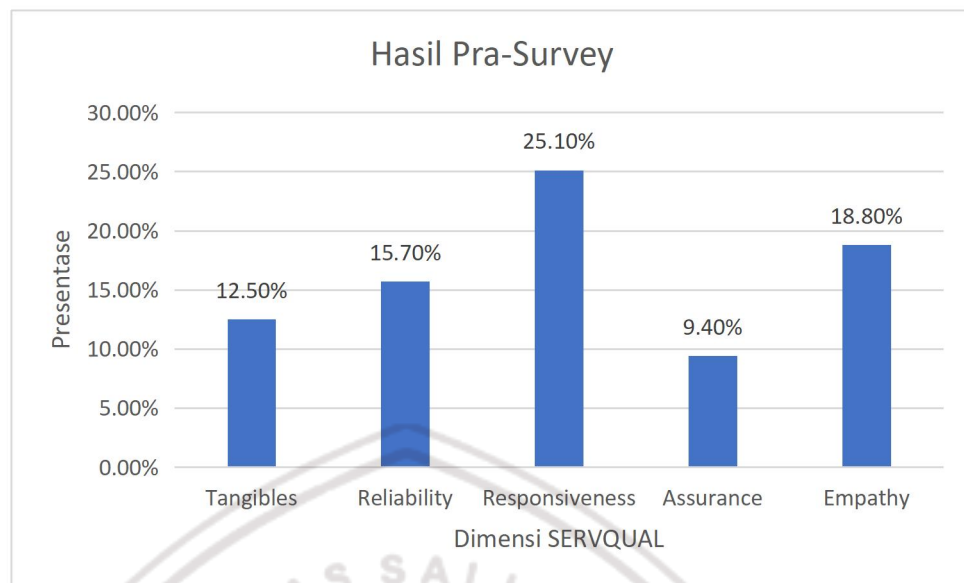
Gambar 1.2 Grafik Transportasi Online

Sumber: Dishub Kota Cimahi, 2025

Selain itu, Kota Cimahi juga menjadi kawasan perlintasan dan mobilitas masyarakat menuju Kota Bandung sehingga kebutuhan terhadap layanan transportasi semakin tinggi. Kondisi tersebut mendorong masyarakat memanfaatkan layanan transportasi online sebagai alternatif mobilitas sehari-hari karena dianggap lebih mudah, fleksibel, dan efisien. Dengan meningkatnya penggunaan layanan transportasi online, perusahaan penyedia jasa seperti GrabBike dituntut untuk mampu memberikan kualitas pelayanan yang baik agar dapat memenuhi harapan pelanggan serta mempertahankan tingkat kepuasan pengguna.

Kondisi ini menunjukkan Indonesia sudah memiliki potensi pasar yang besar di industri transportasi *online*. Tingginya tingkat penggunaan tersebut juga mengindikasikan bahwa masyarakat memiliki ekspektasi yang tinggi terhadap kualitas layanan yang disediakan oleh jasa transportasi *online*. Hal ini sejalan dengan pendapat Suryani (2013) yang menyatakan bahwa meningkatnya penggunaan suatu layanan akan diikuti dengan meningkatnya harapan pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diterima.

Berdasarkan hasil dari pra survei yang telah dilakukan kepada pengguna *GrabBike* di Kecamatan Cimahi Selatan, diperoleh gambaran bahwa yang menunjukkan jika kualitas layanan yang diberikan belum optimal.



Gambar 1.3 Histogram Hasil Pra-Survey Kualitas Pelayanan *GrabBike*

Sumber: Data diolah peneliti

Berdasarkan Gambar 1.2 hasil pra-survey yang dilakukan terhadap pengguna *GrabBike* di Kecamatan Cimahi Selatan, terdapat beberapa indikator kualitas pelayanan yang menunjukkan adanya permasalahan jika dilihat dari dimensi *SERVQUAL*.

Pada dimensi *tangibles*, persentase permasalahan sebesar 12,5% menunjukkan bahwa masih terdapat pelanggan yang memberikan penilaian rendah terhadap aspek bukti fisik, khususnya pada penampilan pengemudi. Kondisi ini mengindikasikan bahwa standar penampilan pengemudi belum sepenuhnya konsisten dalam memberikan kesan profesional kepada pelanggan. Aspek bukti fisik menjadi salah satu dimensi yang penting dalam kualitas pelayanan dapat memengaruhi persepsi pengguna pada layanan yang diterima, terutama dalam membentuk kesan awal terhadap penyedia jasa (Jonkisz et al., 2022).

Selanjutnya, pada dimensi *reliability*, persentase permasalahan sebesar 15,7% menunjukkan bahwa keandalan layanan masih belum optimal, terutama dalam hal ketepatan waktu penjemputan. Kondisi ini mengindikasikan adanya

ketidaksesuaian antara estimasi waktu yang diberikan dengan kondisi aktual di lapangan, sehingga berpotensi menimbulkan ketidakpuasan pelanggan.

Dimensi keandalan (*reliability*) menggambarkan kemampuan penyedia layanan untuk memberikan pelayanan secara akurat, tepat waktu, dan konsisten sesuai dengan komitmen yang telah dijanjikan kepada pelanggan (Jonkisz et al., 2022). Apabila pelayanan tidak diberikan sesuai waktu yang telah ditentukan, maka hal tersebut dapat mencerminkan belum optimalnya penerapan aspek keandalan. Kondisi tersebut berpotensi memengaruhi penilaian pelanggan terhadap kualitas pelayanan dan pada akhirnya berdampak pada tingkat kepuasan pelanggan.

Permasalahan yang paling dominan terdapat pada dimensi *responsiveness*, dengan persentase sebesar 25,1%. Hal ini menunjukkan bahwa aspek daya tanggap, khususnya dalam kemudahan komunikasi dan kecepatan respon pengemudi, masih menjadi kendala utama dalam pelayanan *GrabBike*. Kondisi ini dapat menyebabkan pelanggan merasa kurang diperhatikan serta menghambat kelancaran proses pelayanan. Kecepatan dan ketanggapan pelayanan merupakan faktor penting dalam menentukan kepuasan pelanggan (Kotler dan Keller, 2016).

Pada dimensi *assurance*, persentase permasalahan sebesar 9,4% menunjukkan bahwa masih terdapat pelanggan yang merasa kurang aman dalam menggunakan layanan *GrabBike*. Meskipun persentasenya relatif lebih kecil dibandingkan dengan dimensi lainnya, aspek jaminan tetap hal ini menjadi penting karena berhubungan dengan tingkat kepercayaan pelanggan terhadap layanan yang diberikan.

Dimensi *assurance* berkaitan dengan kemampuan penyedia jasa dalam memberikan rasa aman, kepercayaan, serta keyakinan kepada pelanggan melalui kompetensi dan profesionalisme dalam pelayanan (Arli et al., 2024). Oleh karena itu, rendahnya persepsi pelanggan terhadap rasa aman menunjukkan bahwa aspek jaminan pelayanan belum sepenuhnya terpenuhi secara optimal.

Sementara itu, pada dimensi *empathy*, persentase permasalahan sebesar 18,8% menunjukkan bahwa perhatian pengemudi terhadap kenyamanan pelanggan masih belum optimal. Hal ini mengindikasikan bahwa aspek kepedulian dan pelayanan secara personal kepada pelanggan masih perlu ditingkatkan agar pelanggan merasa lebih diperhatikan selama menggunakan layanan.

Dimensi *empathy* berkaitan dengan kemampuan penyedia jasa dalam memberikan perhatian secara individual serta memahami kebutuhan pelanggan secara personal (Andika et al., 2023). Dengan demikian, kurangnya perhatian dalam pelayanan dapat memengaruhi pengalaman pelanggan dan berpotensi menurunkan nilai kepuasan terhadap layanan yang disediakan.

Berdasarkan hasil pra-survey yang dilakukan terhadap 30 pengguna GrabBike di Kecamatan Cimahi Selatan, ditemukan bahwa masih terdapat beberapa permasalahan dalam kualitas pelayanan yang diberikan. Dimensi *responsiveness* memperoleh persentase permasalahan tertinggi sebesar 25,1%, yang menunjukkan bahwa pelanggan masih mengalami kendala dalam komunikasi dan kecepatan respon pengemudi. Selain itu, dimensi *empathy* memperoleh persentase sebesar 18,8%, sedangkan *reliability* sebesar 15,7%. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa masih terdapat pelanggan yang merasa pelayanan GrabBike belum sepenuhnya memenuhi harapan pengguna.

Permasalahan tersebut mengindikasikan adanya ketidaksesuaian antara harapan pelanggan dengan pelayanan yang diterima. Dalam konteks pemasaran jasa, ketidaksesuaian tersebut dapat memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan yang digunakan. Apabila kualitas pelayanan yang diberikan belum optimal, maka tingkat kepuasan pelanggan juga berpotensi menurun. Oleh karena itu, kualitas pelayanan menjadi faktor penting yang perlu diperhatikan oleh perusahaan penyedia jasa transportasi online seperti GrabBike.

Sejumlah penelitian terdahulu menunjukkan adanya hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan. Aulia et al.

(2021) menjelaskan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diterima pelanggan, semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan, khususnya pada pengguna layanan GrabBike. Hasil tersebut diperkuat oleh penelitian Boimau dan Bessie (2021) yang menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan harga merupakan faktor yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, penelitian Arli et al. (2024) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diukur melalui dimensi SERVQUAL berpengaruh positif terhadap kepuasan serta loyalitas pelanggan pada layanan berbasis aplikasi. Berdasarkan temuan-temuan tersebut, dapat dipahami bahwa kualitas pelayanan menjadi salah satu determinan utama dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

Namun demikian, penelitian-penelitian terdahulu tersebut memiliki beberapa perbedaan dengan studi penelitian yang sedang dilaksanakan. Perbedaan berdasarkan lokasi penelitiannya, penggunaan variabel, dan objek yang diteliti. Sebagian penelitian terdahulu dilakukan di daerah yang berbeda, seperti Kota Malang dan Kupang, sehingga memiliki karakteristik responden dan kondisi lingkungan yang tidak sama dengan wilayah Kecamatan Cimahi Selatan. Selain itu, beberapa penelitian menggunakan variabel yang lebih kompleks, seperti harga dan citra merek, pada studi penelitian disini hanya berfokus terhadap satu variabel independen yaitu kualitas pelayanan yang diukur secara spesifik menggunakan dimensi *SERVQUAL*.

Selain itu, penelitian terdahulu umumnya mengkaji kualitas pelayanan dalam konteks yang lebih luas atau tidak secara spesifik pada layanan transportasi *online* di tingkat lokal. Sementara itu, penelitian ini secara khusus mengkaji pengaruh kualitas pelayanan yang disediakan dan diberikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan pengguna *GrabBike* di Kecamatan Cimahi Selatan, sehingga memberikan gambaran yang lebih kontekstual dan sesuai dengan kondisi di lapangan. Dengan demikian, pembaharuan (*novelty*) dalam penelitian ini terdapat pada fokus lokasi penelitian secara spesifik, penggunaan variabel yang lebih terarah, serta objek penelitian yang difokuskan pada layanan *GrabBike* di tingkat lokal.

Dengan begitu, penelitian ini menjadi penting untuk dilakukan karena kualitas layanan yang tidak optimal dapat berdampak langsung terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Jika kondisi ini dibiarkan, maka dapat menyebabkan menurunnya loyalitas pelanggan serta meningkatkan kemungkinan pelanggan untuk beralih ke layanan pesaing. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan gambaran empiris mengenai kondisi kualitas pelayanan *GrabBike* di Kecamatan Cimahi Selatan berdasarkan persepsi pelanggan.

Berdasarkan gambaran umum sebelumnya, maka penelitian mengenai **“Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna GrabBike di Kecamatan Cimahi Selatan Kota Cimahi”** menjadi relevan untuk dilakukan.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Dimensi *responsiveness* pada layanan GrabBike memiliki persentase permasalahan tertinggi sebesar 25,1%, terutama pada aspek komunikasi dan kecepatan respon pengemudi.
2. Dimensi *empathy* menunjukkan persentase permasalahan sebesar 18,8%, yang menunjukkan bahwa perhatian pengemudi terhadap kenyamanan pelanggan masih belum optimal.
3. Dimensi *reliability* memperoleh persentase permasalahan sebesar 15,7%, khususnya berkaitan dengan ketepatan waktu penjemputan pelanggan.
4. Masih terdapat ketidaksesuaian antara harapan pelanggan dengan pelayanan yang diterima, sehingga berpotensi memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan pengguna GrabBike di Kecamatan Cimahi Selatan.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah, maka batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya membahas mengenai kualitas pelayanan pengguna GrabBike di Kecamatan Cimahi Selatan Kota Cimahi.
2. Variabel independen (X) dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan yang diukur menggunakan dimensi *SERVQUAL*, yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*.
3. Variabel dependen (Y) dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan pengguna GrabBike di Kecamatan Cimahi Selatan Kota Cimahi.
4. Penelitian ini hanya berfokus pada gambaran kualitas pelayanan dan gambaran kepuasan pelanggan serta pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna GrabBike di Kecamatan Cimahi Selatan Kota Cimahi.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah yang telah dikemukakan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana kualitas pelayanan GrabBike di Kecamatan Cimahi Selatan Kota Cimahi?
2. Bagaimana tingkat kepuasan pelanggan pengguna GrabBike di Kecamatan Cimahi Selatan Kota Cimahi?
3. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna GrabBike di Kecamatan Cimahi Selatan Kota Cimahi?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan GrabBike di Kecamatan Cimahi Selatan Kota Cimahi.
2. Untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan pengguna GrabBike di Kecamatan Cimahi Selatan Kota Cimahi.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna GrabBike di Kecamatan Cimahi Selatan Kota Cimahi.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu manajemen pemasaran, khususnya yang berkaitan dengan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kerangka konseptual mengenai hubungan antara kualitas pelayanan yang diukur melalui dimensi *SERVQUAL*, yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*, dengan kepuasan pelanggan. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi teoritis bagi penelitian selanjutnya.

1.6.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Perusahaan (*Grab*)

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dan masukan bagi perusahaan dalam meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan, khususnya pada layanan GrabBike di Kecamatan Cimahi Selatan Kota Cimahi. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan dalam memahami kebutuhan dan harapan pelanggan sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap layanan yang diberikan.

2. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, pengalaman, dan pengetahuan peneliti mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, serta menjadi sarana dalam menerapkan ilmu yang telah diperoleh selama perkuliahan ke dalam penelitian secara langsung.

3. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi dan sumber informasi bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan, khususnya pada bidang jasa transportasi *online*.

