

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Transportasi merupakan salah satu sarana untuk membantu kegiatan masyarakat. Peranan transportasi bagi masyarakat sangat penting untuk membantu aktivitas-aktivitas masyarakat. Menurut Kurniawan (2019), Transportasi merupakan sarana yang memegang peran yang sangat penting dalam kegiatan masyarakat, baik untuk keberlangsungan interaksi antara manusia, maupun sebagai alat untuk memindahkan manusia atau barang dari suatu tempat ke tempat yang lain. Seperti yang kita ketahui, beberapa transportasi yang ada di negara kita yaitu mobil, bus, sepeda motor, dan lain sebagainya. Berkat transportasi, masyarakat sangat terbantu untuk menjalankan aktivitasnya, karena beberapa dari masyarakat yang belum mempunyai kendaraan pribadi dapat mencari alternatif dengan menggunakan angkutan umum yang tersedia. Dengan kegiatan masyarakat yang beragam, penggunaan alat-alat transportasi juga meningkat. Tentunya hal ini mempunyai dampak positif dan negatif bagi masyarakat. Selain mempermudah kegiatan masyarakat, masyarakat juga mengeluh dengan keadaan jalanan yang sudah kian macet karena penggunaan transportasi yang cenderung sangat meningkat pesat. Karena penggunaan alat transportasi yang kini sudah banyak dimiliki oleh tiap-tiap masyarakat, terkadang aktivitas masyarakat juga bisa terkendala karena memakan waktu di jalan. Selain dengan keadaan jalanan yang macet, masyarakat juga terkadang mengeluh dengan sikap si *driver* dalam berkendara, harga yang dikenakan terkadang terlalu mahal. Karenan dalam transportasi umum, sedikit yang dapat menjamin keselamatan bahkan terkadang

sikap dan kecepatan berkendara oleh si driver yang didapatkan penumpang juga tidak sesuai dengan yang diharapkan sehingga membuat *mood* masyarakat menjadi jengkel dan, tetapi tidak ada alternatif lain pada saat itu dan masyarakat tidak punya hal lain dan harus menerima itu.

Seiring dengan perkembangan di era globalisasi saat ini, kemajuan teknologi dan informasi saat ini cenderung sangat meningkat dan berkembang pesat. Dengan beberapa penggunaan teknologi yang ada, teknologi tidak hanya berfokus hanya untuk alat-alat komunikasi dan lain sebagainya. Pesatnya perkembangan teknologi saat ini, perusahaan yang menggunakan teknologi kini telah berkembang ke beberapa bidang industri, khususnya di industri transportasi. Hal ini menandakan keberadaan teknologi mempunyai peran yang penting bagi masyarakat. Perusahaan-perusahaan yang menggunakan teknologi kini berlomba-lomba untuk membuat inovasi di bidang transportasi. Kini beberapa pelaku bisnis sudah mulai menumpahkan idenya dengan berinovasi melalui penggunaan internet. Dikutip dari Kompas.com (2022), internet sangat bermamfaat untuk sarana konektivitas dan komunikasi, mengakses informasi, edukasi dan kemudahan dalam membangun bisnis. Seperti yang kita ketahui penggunaan internet dapat mempermudah segala urusan yang kita jalankan dan memudahkan kita untuk memperoleh informasi yang jelas dan akurat. Dengan keberagaman kegiatan masyarakat dan keluhan-keluhan masyarakat, para pelaku bisnis kini berinovasi dengan menciptakan transportasi *online* dengan berbasis aplikasi yang penggunaannya sangat mudah untuk digunakan. Hal ini bisa kita akses di *smartphone* yang kita miliki.

Di Indonesia ada beberapa pelaku bisnis yang berinovasi di bidang transportasi *online*, yaitu salah satunya Grab. Grab adalah salah satu aplikasi yang menyajikan layanan transportasi *online* yang bisa kita akses di *smartphone* yang kita miliki. Grab didirikan oleh Anthony Tan yang berada di Singapura pada Tahun 2012. Pada tahun 2014, Grab memasuki Indonesia dengan merilis aplikasi di *smartphone*. Aktivitas yang terdapat di Grab memberikan kemudahan dalam berkendara yang menekankan pada kecepatan dan keselamatan. Banyak fitur-fitur yang bisa kita dapatkan di aplikasi Grab antara lain yaitu, Grab *Car* (jasa angkutan mobil), Grab *Bike* (jasa angkutan sepeda motor), Grab *Food* (jasa angkutan makanan/minuman), Grab *delivery*, pembelian Pulsa dan cara pembayaran yang mudah. Dengan fitur-fitur yang sudah ditawarkan oleh Grab ini, masyarakat tidak perlu lagi membuat penawaran harga dengan si driver karena ongkos/harga sudah ditentukan oleh aplikasi tersebut sesuai dengan jarak tempuh yang dijalani.

Pada Tanggal 03 September 2022 yang silam, Presiden Jokowi memutuskan untuk menaikkan harga BBM dan berlaku pada sekarang ini, tentu saja hal ini berdampak bagi semua masyarakat terutama bagi transportasi. Dampak kenaikan harga BBM diprediksi akan menambah cepat laju inflasi. Menurut Saeno (2022) mengatakan bahwa, di sector transportasi, kenaikan tarif ojek *online* yang mengiringi kenaikan harga BBM diperkirakan ikut memicu inflasi hingga 2 persen. Dengan naiknya harga BBM pengemudi hanya bisa mendapat keuntungan bersih sekitar 25 persen hingga 37 persen. Oleh itu, tarif harga untuk transportasi *online* cenderung naik dari biasanya.

Pada era sekarang ada beberapa aplikasi yang sudah memasuki Indonesia yang merupakan pelopor bisnis dalam bisnis transportasi *online*.

Berikut adalah tabel perbandingan harga dari masing-masing layanan transportasi.

Tabel 1.1 Perbandingan harga transportasi *online* dari Universitas Sari Mutiara Ke Plaza Medan Fair

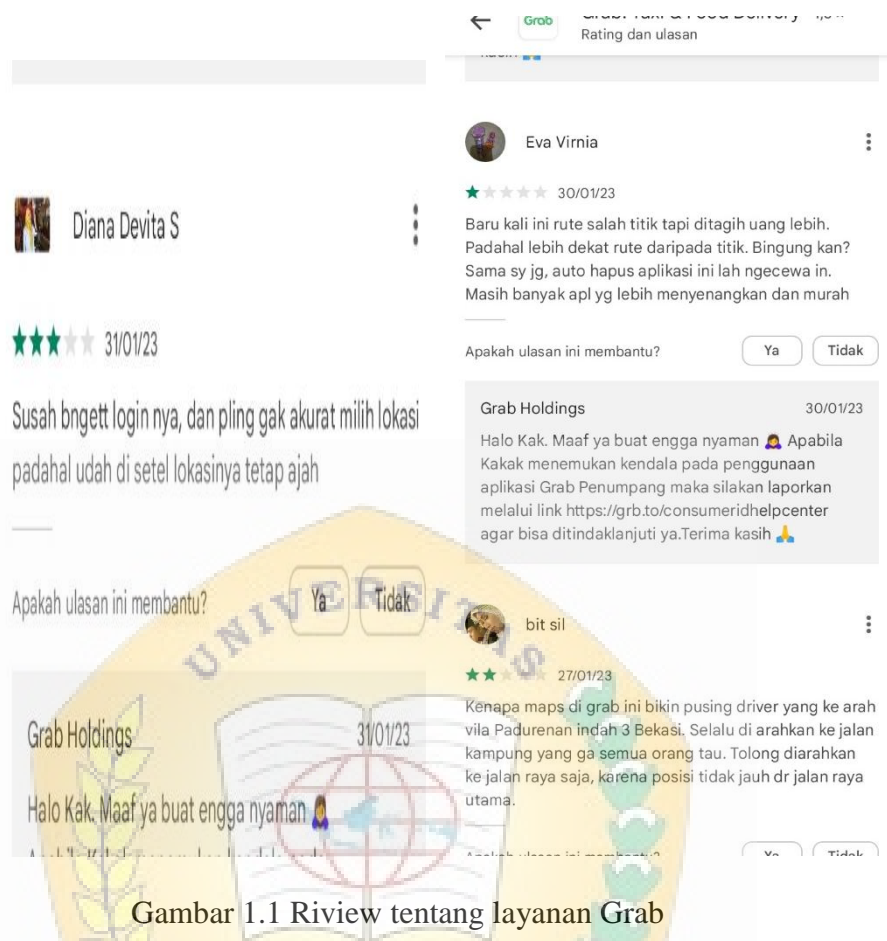
No	Karakteristik	Grab	Gojek	Indriver	Maxim
1	Tarif Sepeda Motor	Rp. 13000	Rp. 12000	Rp. 9000	Rp. 8.900

Dimana harga tarif ojek *online* dibuat sesuai dengan kesepakatan antara Kementerian Perhubungan, Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI), dan aplikasi.

Harga sangat penting merupakan penentu utama pilihan pembeli dan menjadi laba perusahaan. Menurut Purba (2019) harga merupakan factor yang sensitive bagi konsumen karena dengan harga tersebut dapat menjadi pertimbangan ketika hendak melakukan keputusan pembelian. Pemilihan dan persaingan dalam menentukan harga adalah hal yang sudah biasa kita dengar dan lihat di pemasaran. Jika perusahaan tahu bagaimana menentukan harga dengan bagus, kesalahan penetapan harga yang biasa kita lihat sudah semestinya dapat diperbaiki. Harga suatu produk atau jasa adalah factor utama penentu permintaan pasar, harga sangat mempengaruhi posisi pesaing atau pangsa pasar perusahaan. Dengan hal ini tentunya, harga tidak berpengaruh kecil lagi terhadap pemasaran melainkan sudah menjadi factor besar dalam kesuksesan bagi pelaku bisnis. Jika perusahaan tidak bisa menentukan harga yang baik untuk suatu produk, maka

perusahaan tersebut tentunya tidak akan dapat bersaing dengan pelaku bisnis yang lain.

Di era sekarang ini, *brand* di layanan transportasi *online* yang paling banyak diminati hanya gojek dan Grab. Sesuai kedudukannya Gojek memiliki Brand tertinggi dan Grab menjadi yang kedua. Hal ini menjadi evaluasi bagi perusahaan Tabel diatas merupakan tarif perbandingan antara pelopor bisnis yang berinovasi dibidang transportasi *online*. Perbedaan harga di Grab dan gojek tidak jauh beda. Oleh karena itu, perusahaan harus mengevaluasi apakah dengan menetapkan harga yang di Grab sudah efisien atau tidak. Pelanggan akan puas menggunakan jasa Grab jika nominal tarif Grab murah dan lebih mudah dijangkau daripada layanan transportasi Gojek. Kesalahan dalam penentuan harga dapat memberikan berbagai konsekuensi dan efek, dengan penetapan harga yang tidak masuk akal dapat menimbulkan ketidaksukaan pelanggan terhadap pelaku usaha. Oleh karena itu, Grab harus mengambil keputusan bijak dalam penetapan harga agar bisa bersaing dengan layanan transportasi lainnya yang salah satunya yaitu Gojek. Dengan adanya persaingan seperti ini, Grab perlu memikirkan apa yang menjadi hambatan untuk memiliki brand yang banyak diminati oleh konsumen dan dapat bersaing dengan pelopor bisnis yang lain. Selain harga, kualitas pelayanan juga sangat berpengaruh untuk kesuksesan suatu perusahaan. Pelayanan secara umum memberikan karakteristik umum yang ditunjukkan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, melalui pelayanan inilah kebutuhan dan keinginan dapat terpenuhi.



Gambar 1.1 Riview tentang layanan Grab

Dari gambar diatas dapat kita perhatikan bagaimana keluhan pelanggan Grab terhadap pelayanan yang kurang memuaskan sehingga mengecewakan pelanggan. Oleh karena itu Grab harus mengevaluasi dirinya untuk layanan transportasi *online* agar pelanggan tidak kecewa dan merasakan kepuasan. Menurut Kotler yang dikutip dalam buku indrasari (2019:55) menyebut kualitas adalah ciri khas produk atau jasa yang mempengaruhi kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang diasumsikan. Suatu barang atau jasa akan dianggap berkualitas tinggi jika memenuhi harapan konsumen terhadap nilai produk tersebut. Kualitas disebut baik jika penyedia jasa menawarkan jasa yang memenuhi harapan pelanggan. Oleh karena itu, keberadaan antara

kebutuhan dan keinginan dengan apa yang diberikan sangat diperlukan untuk mencapai kepuasan pelanggan. Gambar diatas merupakan salah satu contoh jenis pelayanan buruk yang dimana salah satu pelayanan driver pada Grab yang meminta tagihan lebih mahal dan panduan arah yang tidak praktis yang menyebabkan pelanggan menjadi kecewa karena memakan waktu banyak untuk mencapai tujuannya. Tidak hanya itu, etika dalam kualitas pelayanan harus benar-benar dijalankan, baik dari segi sikap dan perilaku, penampilan, cara berpakaian, cara berbicara. Karena etika-etika dalam kualitas pelayanan sangat berpengaruh untuk kepuasan konsumen. Kepuasan Konsumen ini sangat tergantung pada persepsi dan harapan konsumen itu sendiri. Kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan dimana kita bisa merasakan hasil dengan ekspektasi kita sendiri. Memuaskan kebutuhan konsumen merupakan cita-cita dari setiap perusahaan. Selain untuk keberlangsungan hidup perusahaan, memuaskan konsumen juga dapat meningkatkan keunggulan untuk bersaing dengan transportasi *online* lainnya.

Aplikasi layanan Grab tentu saja bukan hal yang tidak asing lagi bagi mahasiswa Universitas Sari Mutiara Indonesia. Hal tersebut dapat dibuktikan peneliti melalui hasil prasurvei yang sudah dilakukan melalui 20 orang responden yang tentunya sudah pernah menggunakan layanan aplikasi Grab. Aplikasi Grab tentunya sangat membantu para mahasiswa untuk melaksanakan kegiatan perkuliahan atau kegiatan yang lain.

Untuk melihat bagaimana kepuasan mahasiswa Sari Mutiara menggunakan layanan jasa Grab, hal ini dibuktikan melalui Prasurvei dengan menyebarkan

kuisoner yang terdiri dari indikator harga, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan dengan penyebaran kuisoner tersebut, dapat diperoleh hasil yaitu pada tabel dibawah ini:

Tabel 1.2 Hasil Penelitian Pra-survey

No	Pernyataan	Jawaban		Jumlah Responden
		Setuju	Tidak Setuju	
1	Harga yang ditetapkan Grab menarik keinginan konsumen untuk menggunakan jasa Grab	5	15	20
2	Harga yang ditawarkan oleh Grab lebih murah dibandingkan pesaing	5	15	20
3	Driver Grab memberi tanggapan yang baik terhadap keluhan konsumen	8	12	20
4	Keahlian dalam mengemudi oleh driver Grab sangat baik	10	10	20
5	Pelayanan yang diberikan driver Grab sesuai dengan keinginan saya	7	13	20
6	Saya selalu merekomendasikan layanan Grab kepada orang lain karena selalu puas dengan jasanya	6	14	20

Dari hasil prasurvey yang telah disebar, peneliti telah menyebarkan kuisoner secara acak kepada 20 mahasiswa di Universitas Sari Mutiara Indonesia yang sudah pernah menggunakan layanan jasa Grab. Dari tabel diatas, 15 responden mengatakan tidak setuju bahwa harga yang ditetapkan tidak menarik keinginan konsumen untuk menggunakan layanan jasa Grab. 5 responden mengatakan setuju jika harga yang ditawarkan oleh Grab lebih muran dibandingkan dengan pesaing. 8 responden mengatakan setuju bahwa driver Grab memberi tanggapan yang baik terhadap keluhan konsumen. 10 responden mengatakan tidak setuju jika Keahlian dalam mengemudi oleh driver Grab sangat

baik. 13 responden mengatakan tidak setuju jika Pelayanan yang diberikan driver Grab sesuai dengan keinginan saya. 14 responden mengatakan tidak setuju jika konsumen selalu merekomendasikan layanan Grab kepada orang lain karena selalu puas dengan jasanya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari uraian dirumuskan pokok permasalahan yang akan menjadi pembahasan pada Skripsi ini, yaitu :

1. Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan layanan jasa Grab di Universitas Sari Mutiara Indonesia?
2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan layanan jasa Grab di Universitas Sari Mutiara Indonesia?
3. Bagaimana pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan layanan jasa Grab di Universitas Sari Mutiara Indonesia?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui bagaimana harga mempengaruhi kepuasan pelanggan dengan layanan jasa Grab di Universitas Sari Mutiara Indonesia
2. Untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan dengan layanan jasa Grab di Universitas Sari Mutiara Indonesia
3. Untuk mengetahui bagaimana harga dan kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan layanan jasa Grab di Universitas Sari Mutiara Indonesia.

1.4 Mamfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat membawa mamfaat yang dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Bagi peneliti

Dapat meningkatkan pemahaman, pengetahuan dan kemampuan berpikir penerapan teori yang dipelajari pada mata kuliah di penelitian nyata.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai kontribusi atau kompensasi bagi perusahaan yang bersangkutan untuk membentuk kesan yang kuat pada konsumen, sehingga memiliki daya tarik tersendiri, sehingga konsumen merasa puas terhadap produk yang digunakan

3. Bagi Konsumen

Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan penilaian terhadap pilihan konsumen dalam memilih jasa transportasi *online* sehingga menimbulkan rasa puas pada konsumen

4. Bagi Peneliti Berikutnya

Dapat dijadikan sebagai bahan seleksi bagi peneliti lain dalam bidang penelitian yang sama, sebagai bahan referensi untuk melakukan penelitian yang lebih dalam dan lebih luas karena cakupan pemasarannya yang luas.