

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Transportasi merupakan sarana yang sangat penting dalam mendukung aktivitas sehari-hari atau mobilitas manusia setiap saat butuh berpergian atau berpindah tempat satu tempat yang lain sehingga harus dipersiapkan dengan baik dan aman karena sangat berpengaruh dalam kegiatan-kegiatan seperti perekonomian, pengiriman barang atau jasa, angkutan penumpang dan sebagainya. Dari berbagai jenis alat transportasi di Indonesia seperti darat, laut dan udara, transportasi darat merupakan salah satu yang diberi perhatian khusus oleh pemerintah dan para pengguna jasa transportasi karena di samping murah sampai dengan saat ini transportasi darat masih merupakan dambaan dan primadona bagi sebagian besar masyarakat Indonesia. Seiring dengan perkembangan zaman teknologi, informasi, telekomunikasi, dan internet menyebabkan mulai munculnya aplikasi bisnis berbasis internet.

Saat ini seluruh dunia sedang terdampak virus COVID-19 termasuk Indonesia. Penyakit Corona virus (COVID-19) merupakan penyakit menular yang disebabkan oleh virus corona yang baru ditemukan bulan Desember 2019 di kota Wuhan China (Munyippa dan Gubbi, 2020). Menurut *World Health Organization*, virus COVID-19 merupakan virus yang menyebar melalui tetesan air atau cairan yang berasal dari rongga hidung dan mulut ketika orang yang terinfeksi batuk atau bersin.

Virus ini mejangkit semua segmen penduduk, terutama kelompok rentan yakni orang yang sudah berumur dan orang yang memiliki riwayat penyakit seperti penyakit diabetes, penyakit pernafasan kronis dan kanker orang tersebut rentan tertular penyakit corona. Orang yang terinfeksi virus COVID-19 akan mengalami gejala seperti demam, batuk kering dan kelelahan yang ringan pada sekitar 80% kasus, tetapi tingkat keparahan kasus dapat berkembang menjadi gangguan pernafasan atau kegagalan pernafasan, sehingga dibutuhkan perawatan yang intensif (MacKenzie, 2020).

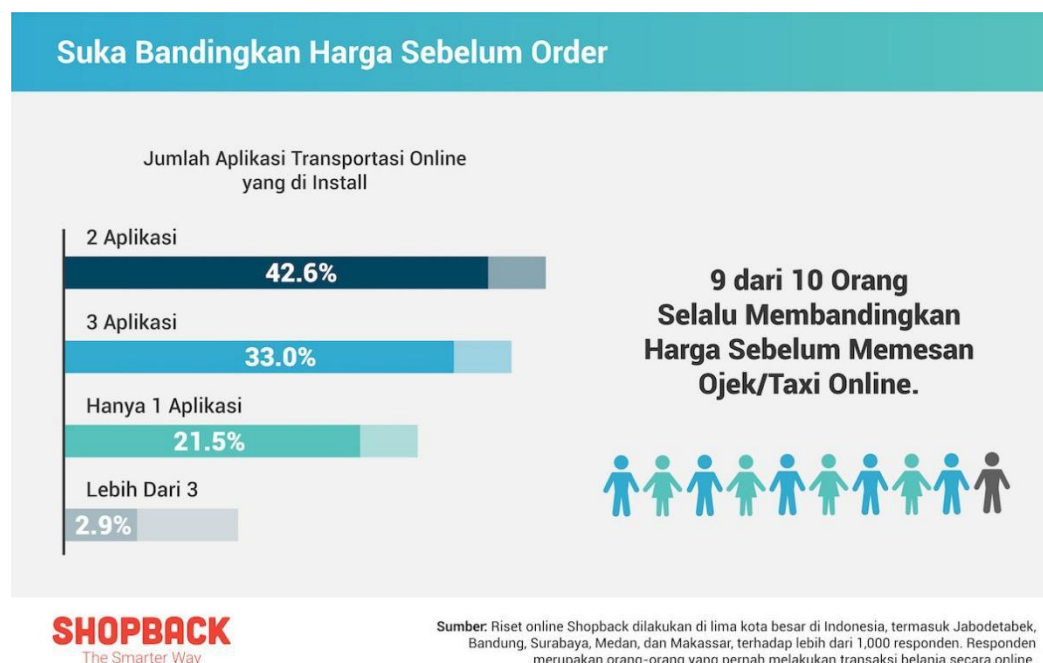
Menurut Donthu dan Gustafsson (2020) komunikasi *online*, hiburan *online*, dan belanja *online* mengalami pertumbuhan yang belum pernah terjadi sebelumnya. Selain memunculkan adanya tren belanja *online*, serta berbisnis online ataupun memesan makanan dan alat transportasi melalui internet. Kebijakan yang ada juga menyebabkan naiknya kebutuhan akan internet selama masa pandemi. Mudah-mudahan akses internet berdampak pada perilaku pelanggan, dari berbelanja secara langsung menjadi belanja secara *online* (Indriyani dan Helling, 2018). *E-commerce* di Indonesia juga mengalami pertumbuhan yang pesat karena adanya pertumbuhan penetrasi pengguna internet (Rita *et al.*, 2019) Selain digunakan untuk mencari informasi, internet dimanfaatkan oleh para pengusaha untuk berbisnis berbasis *online* yang biasa disebut dengan *e-commerce* (Indriyani dan Helling, 2018). Cepatnya perkembangan teknologi kini sudah merambah pada berbagai bidang termasuk transportasi dengan munculnya perusahaan transportasi berbasis aplikasi smartphone dengan menyediakan banyak aplikasi pada smartphone berbasis android maupun ios. Di Indonesia saat ini terdapat banyak perusahaan bisnis transportasi online, namun ada beberapa pesaing bisnis yang terbesar adalah perusahaan Gojek dan perusahaan Grab yang merupakan pelopor dalam bisnis transportasi online. Kedua perusahaan transportasi berbasis online yang telah melekat pikiran masyarakat Indonesia.

Grab merupakan aplikasi layanan transportasi populer di Asia Tenggara yang kini telah berada di Singapura, Indonesia, Filipina, Malaysia, Thailand dan Vietnam, menghubungkan lebih dari 10 juta penumpang dan 185.000 pengemudi di seluruh wilayah Asia Tenggara.

Layanan Grab dituju untuk memberikan alternatif berkendara bagi para pengemudi dan penumpang yang menekankan pada kecepatan, keselamatan, serta kepastian. Grab sendiri telah hadir di Indonesia pada bulan Juni 2012 sebagai aplikasi pemesanan taksi dan sejak itu telah memberikan beragam pilihan transportasi seperti mobil dan ojek motor. Pada tanggal 14 Juli 2016, Grab mendefinisikan pertumbuhan bisnisnya dimana Grab mencatat perkembangan layanan GrabCar dan GrabBike yang luar biasa, terutama di Indonesia, pada

semester pertama 2016 sejak Grab melakukan rebrand sebagai platform penyedia layanan jasa serta pemesanan kendaraan terlengkap di bulan Januari.

Menurut Kotler dan Armstrong (2008:28) “Perkembangan yang drastis pada teknologi telah menciptakan cara yang cepat dan unggul untuk menarik pelanggan serta untuk mempelajari dan melacak konsumen dan menciptakan produk dan jasa yang diperuntukkan bagi kebutuhan pelanggan. Teknologi juga dapat membantu perusahaan menjual produk secara lebih efektif dan efisien” Kualitas layanan dan harga akan mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan dalam menikmati suatu produk dan jasa.



Gambar 1.1 Perbandingan Harga

Sumber: Riset Online Shopback (2018)

Riset Shopback menunjukkan angka kurang lebih 42,6% dari masyarakat pengguna jasa layanan mempunyai sekitar dua aplikasi dalam device smartphone mereka sedangkan sebanyak 33% diantaranya bahkan memiliki beberapa aplikasi lainnya. Diketahui bahwa masyarakat pengguna jasa layanan saat ini melihat aplikasi transportasi online yang pertama terlihat rumit dan tarifnya tidak terjangkau, maka masyarakat akan melihat aplikasi lainnya untuk membandingkan kepadatan

pemesanan dan harga. Persaingan perusahaan jasa transportasi online diatas, pihak transportasi online Grab berusaha untuk membenahi agar selalu unggul dalam pangsa persaingan tersebut. Salah satunya ialah dengan menggunakan cara memperbanyak jumlah akomodasi transportasi untuk pelayanan pelanggan agar tidak merasa kelamaan saat memesan Grab.

Grab Car pada kota Gresik juga mengalami pertumbuhan yang signifikan. Grab Car Gresik mulai beroperasi pada akhir Tahun 2018. Menurut www.naikuber.com, layanan Grab yang tersedia di kota Gresik ini ada tiga jenis layanan, yakni yang pertama Grab Car, yang kedua Grab Rent serta Grab Taxi ada juga dengan Grab Food. Untuk keempat layanan ini merupakan layanan yang diunggulkan oleh perusahaan yang berasal dari negara Malaysia ini. Untuk layanan ojek online (Grab-Bike), kurir online (Grab-Express) dan layanan antar makanan (Grab-Food) sekarang telah tersedia. Tarif yang disediakan oleh pihak Grab tidak menunjukkan harga per-km atau per-menit dari layanannya, tarif tersebut melainkan akan keluar setelah pengguna memasukkan titik lokasi penjemputan dan titik lokasi tujuan hal tersebut akan memudahkan para pelanggan pengguna jasa layanan tersebut.

Kualitas pelayanan ialah yang sangat diunggulkan yang diharapkan dan pengendalian atau tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen (Tjiptono, 2004) Terdapat beberapa sumber utama yang mempengaruhi pada kualitas pelayanan yakni harapan konsumen (expectation) serta kinerja perusahaan yang dapat dirasakan kepada konsumen (performance). Kualitas layanan perusahaan dianggap baik dan memuaskan jika perusahaan dapat memberikan jasa melampaui yang di harapkan konsumen, jika jasa yang diberikan lebih rendah dari pada yang diharapkan konsumen, maka kualitas pelayanan perusahaan dianggap buruk dan kurang memuaskan. Pelayanan yang bertaraf tinggi akan menghasilkan kepuasan pada konsumen yang tinggi serta pembelian ulang yang lebih sering (Tjiptono, 2005).

Variabel persepsi harga secara umum bagi konsumen yang sensitif harga murah merupakan sumber kepuasan utama yang terpenting karena mereka akan mendapatkan value for money yang tinggi (Irawan 2004:37-40). Untuk perusahaan

ritel komponen harga adalah hal penting dan sangat signifikan pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen.

Faktor lain yang mendukung terjadinya kepuasan konsumen ialah promosi. Promosi merupakan salah satu faktor dalam kegiatan pemasaran yang penting pada perusahaan dalam upaya mempertahankan konsumen serta meningkatkan kualitas penjualan untuk meningkatkan kegiatan pemasaran dalam hal memasarkan barang atau jasa dari suatu perusahaan. Hal ini sesuai dengan teori Josep P. Cannon, (2009: 108) promosi ialah meninformasikan antara penjual terhadap pengguna jasa atau orang lain dalam saluran untuk mempengaruhi sikap dan perilaku untuk menarik minat terhadap barang atau jasa yang ditawarkan.

1.2. Rumusan Masalah

Bagian promosi dalam pemasaran melibatkan pemberitahuan kepada pelanggan target bahwa terdapat produk yang tepat tersedia ditempat dan pada harga yang tepat.

Berdasarkan uraian yang telah dijabarkan pada latar belakang, terbentuk rumusan masalah sebagai berikut

1. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna layanan aplikasi Grab Car pasca pandemi COVID-19?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna layanan aplikasi Grab Car pasca pandemi COVID-19?
3. Apakah promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna layanan aplikasi Grab Car pasca pandemi COVID-19?
4. Apakah harga, kualitas layanan dan promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna layanan aplikasi Grab Car pasca pandemik COVID-19?

1.3 Batasan Masalah

Permasalahan pada identifikasi masalah tersebut tidak akan dibahas secara keseluruhan dikarenakan berbagai keterbatasan dapat menghindari meluasnya permasalahan serta agar lebih mudah untuk dipahami serta dimengerti maka dalam

penelitian ini penulis memberikan batasan-batasan mengenai masalah yang diteliti, yakni mengenai pengaruh harga kualitas layanan dan promosi terhadap kepuasan pengguna layanan aplikasi Grab Car pasca pandemi COVID-19 pada kota Gresik

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh signifikan harga terhadap kepuasan pengguna layanan aplikasi Grab Car pasca pandemi COVID-19
2. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna layanan aplikasi Grab Car pasca pandemi COVID-19
3. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh signifikan promosi terhadap kepuasan pengguna layanan aplikasi Grab Car pasca pandemi COVID-19
4. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh signifikan harga, kualitas pelayanan dan promosi terhadap kepuasan pengguna layanan aplikasi Grab Car pasca pandemi COVID-19

1.5. Manfaat Penelitian

Penulisan ini diharapkan memiliki manfaat penelitian antara lain sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang bermanfaat sebagai bahan evaluasi serta referensi terhadap efektifitas serta efisiensi dalam menerapkan strategi pemasaran yang efektif dan tepat.

2. Bagi STIAMAK Barunawati

Penelitian ini diharapkan menambah pengetahuan dan wawasan untuk mahasiswa dalam berpikir, menambah literatur perpustakaan sehingga bermanfaat bagi semua pihak, sekaligus dalam bidang manajemen pemasaran khususnya mengenai pengaruh harga, kualitas pelayanan dan promosi terhadap kepuasan pengguna layanan aplikasi Grab Car pada kota Gresik

3. Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan menjadi penambah wawasan yang bertambah. Peneliti lebih memahami tentang pengaruh harga, kualitas pelayanan dan promosi terhadap kepuasan pengguna layanan aplikasi Grab Car pada kota Gresik. agar diharapkan dapat menjadi sumber informasi serta pertimbangan bagi peneliti selanjutnya.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pengertian pada penulisan ini, maka penulis menyusun dalam suatu sistematika penulisan sebagai berikut :

1. BAB 1. PENDAHULUAN

Pada bab tersebut ber-isikan tentang latar belakang masalah sebagai acuan penelitian dan landasan penelitian. Adanya rumusan masalah yang menjadi fokus orientasi penelitian. Selain itu terdapat batasan pada masalah supaya penelitian yang akan dilakukan agar tidak menjadi masalah baru pada rumusan masalah. Serta terdapat tujuan dan manfaat yang ingin dicapai dalam penelitian ini. Dan sistematika penulisan yang berisi uraian singkat proses penulisan tugas akhir ini lebih terstruktur.

2. BAB II . LANDASAN TEORI

Bab tersebut berisikan tentang teori-teori yang berhubungan pada pembahasan penelitian yang diperkuat dengan menunjukkan hasil penelitian sebelumnya. Teori-teori tersebut diperoleh dari buku-buku referensi serta sumber informasi lain yang terkait dengan pembahasan penelitian.

3. BAB III. METODE PENELITIAN

Bab tersebut berisikan tentang alur/langkah yang dilakukan oleh penulis dan peneliti dalam melakukan penelitian dan penulisan laporan penelitian. Agar hasil yang sesuai dan tepat, maka diperlukan beberapa langkah penelitian yang

terstruktur dan terarah, sehingga hasil yang diperoleh tidak menyimpang dari tujuan awal penelitian.

4. BAB IV. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab tersebut berisikan mengenai analisis dari hasil pengamatan, pengumpulan data dan pengelolaan data sehingga hasil yang dicapai sesuai selama penelitian dan pembuatan laporan penelitian.

5. BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

Bab tersebut merupakan berisikan kesimpulan dan pokok-pokok bahasan yang disertai dengan saran-saran bagi pihak terkait sebagai objek penelitian untuk diperbaiki kekurangan yang ada dan untuk dikembangkan pada masa yang akan datang.