

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi pada saat ini banyak menunjukkan kemajuan yang sangat luar biasa. Banyak hal dari sektor kehidupan yang telah menggunakan teknologi itu sendiri. Perkembangan teknologi telah memberikan dampak yang cukup besar terhadap kehidupan manusia dalam berbagai aspek dan dimensi. Pada saat ini berbagai macam informasi dapat diakses semua orang melalui media online yang tidak mengharuskan seseorang untuk duduk didepan televisi ataupun mendengarkan radio secara langsung melainkan dapat diakses dengan menggunakan komputer atau smartphone.

Perkembangan teknologi informasi membuat masyarakat tidak lagi dibatasi oleh waktu dan tempat. Sekarang informasi dapat mudah diakses kapanpun dan dimanapun. Hal ini didukung berkembangnya jaringan teknologi informasi di masyarakat yang sering disebut internet. Internet telah menjadi suatu kebutuhan bagi tiap elemen masyarakat. Internet menjadi pendorong perubahan dunia khususnya dalam hal mempermudah urusan manusia. Mulai dari cara orang berkomunikasi, berinteraksi dengan sesama, bahkan dalam berbisnis. Kapanpun dan dimanapun itu, selama internet tersedia informasi dan komunikasi dapat terjadi.

Perkembangan teknologi banyak dimanfaatkan oleh perusahaan dengan mendirikan usaha berbasis online. Salah satu usaha berbasis online yang sedang berkembang saat ini adalah bisnis jasa transportasi dengan sepeda motor yang biasa disebut dengan ojek. Ojek merupakan transportasi umum non formal. Disebut non formal karena keberadaannya yang tidak memiliki izin pengoperasian. Ojek banyak digunakan oleh penduduk di desa maupun di kota, karena mempunyai kelebihan-kelebihan dari angkutan lain, yaitu lebih cepat dan dapat melewati tempat-tempat yang sulit di jangkau. Jika dulu ojek dikelola secara konvensional dan kepemilikan tunggal, sekarang muncul bisnis baru ojek online yang dikelola secara profesional.

Jasa transportasi adalah salah satu aspek yang cukup penting dalam masyarakat sebagai salah satu aspek memperlancar aktivitas individu setiap hari

seperti bekerja, bersekolah dan berbagai kegiatan lain. Terdapat berbagai variasi pilihan penyedia layanan jasa transportasi sehingga para konsumen semakin selektif dalam memilih jasa transportasi yang akan mereka gunakan. Konsumen sekarang tidak lagi sekedar membeli barang (*product*) atau jasa (*service*) saja tetapi mempertimbangkan berbagai aspek jasa yang melekat pada produk atau jasa tersebut. Kualitas layanan menjadi salah satu tolak ukur untuk keberhasilan dalam memberikan jaminan atas kepuasan para pelanggannya. Kualitas layanan pelanggan dapat memberikan penilaian secara objektif dalam rangka untuk meningkatkan kepercayaan dan layanan pelanggan.

Perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa sangat dituntut untuk dapat menjaga reputasi dimata para pelanggannya. Kualitas layanan sangat penting untuk menjadi perhatian bagi pemilik jasa. Kualitas layanan dianggap sebagai suatu strategi penting untuk keberhasilan dalam lingkungan yang kompetitif saat ini. Kualitas layanan elektronik (*e-service quality*) yang baik akan menimbulkan kepuasan pada pelanggan menurut Sabiote, et al (2012:145) bahwa kepuasan dengan media elektronik itu akan ditentukan oleh kualitas yang dirasakan dari kualitas layanan elektronik.

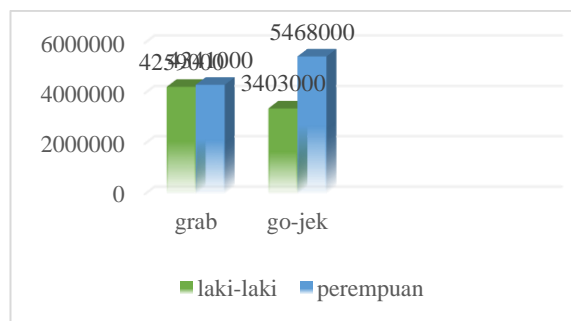
Grab adalah salah satu perusahaan jasa transportasi yang menyediakan layanan berbasis mobile dalam kegiatan operasionalnya untuk meningkatkan kemudahan akses bagi para pelanggannya dan kesejahteraan para pekerja di berbagai sektor informal di Indonesia. Grab menyediakan berbagai layanan untuk memenuhi kebutuhan dan mempermudah kegiatan masyarakat sehari-hari, termasuk transportasi, pesan antar makanan, antar barang kesuatu tempat didalam kota yang sama dan berbagai layanan lain sebagai berikut.

Tabel 1.1 Jenis-jenis Layanan Grab

No.	Jenis Layanan	Keterangan
1	<i>GrabBike</i>	pemesanan layanan Transpotasi dengan menggunakan kendaraan roda dua
2	<i>GrabCar</i>	Pemesanan layanan penyewaan kendaraan pribadi (mobil) dengan sopir
3	<i>GrabExpress</i>	Layanan yang menyediakan layanan kurir ekspres
4	<i>GrabFood</i>	Layanan penyedia jasa pemesan makanan melalui aplikasi Grab

Sumber : website resmi PT. GrabTaxi Holding Pte. pada laman "Layanan" (2020)

Saat ini jasa penyedia jasa transportasi online terbesar di Indonesia yang masih bertahan yaitu Go-Jek dan Grab. Keduanya terus menawarkan fitur terbaru dan layanan terbaik demi menggambil pelanggan baru. Persaingan keduanya bisa dibbilang ketat dalam memberikan pelayanan terbaik bagi pelanggan. Studi dari prosimilarweb.com sebuah situs yang menyediakan data website traffic statistics dan market intelligence pada halaman perbandingan statistik demografis berdasarkan jenis kelamin dan lama waktu penggunaan dari pengguna aplikasi GoJek dan Grab mengungkapkan jumlah pengguna (*unique visitor*) Grab dan Go-Jek tidak beda jauh yaitu:



Gambar 1.1. Jumlah Penumpang Grab dan Go-Jek Berdasarkan Jenis Kelamin Tahun 2017 di Indonesia.

Gambar 1.1. dapat disimpulkan bahwa Grab memiliki jumlah pengguna laki-laki sebanyak 4.259.000 dan wanita sebanyak 4.341.000, sedangkan Go-Jek memiliki pengguna laki-laki 3.403.000 dan wanita 5. 468.000 pelanggan.

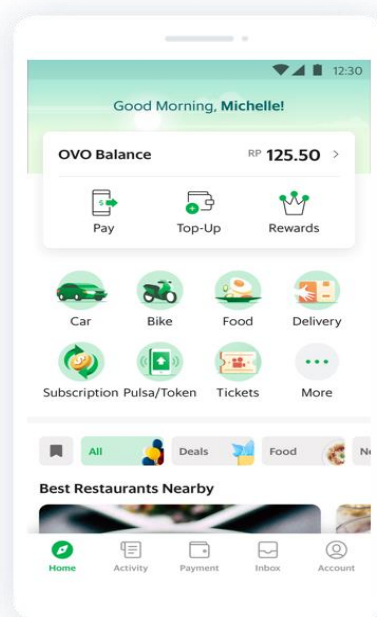
Grab perusahaan jasa yang didirikan oleh Anthony Tan pada tahun 2012 di Malaysia. Grab menggunakan dan memanfaatkan sarana e-commerce didalam memasarkan dan operasional dengan membuat layanan dalam sebuah program yaitu aplikasi Grab dari jasa yang dihasilkan oleh perusahaan Grab. Sarana e-commerce digunakan oleh Grab untuk dapat mendukung strategi yang diterapkan dalam memenangkan kompetisi di jasa transportasi, pesan antar barang dan makan online terbesar di Indonesia. Grab adalah layanan jasa aplikasi yang berbasis telpon pintar (*smartphone*) yaitu layanan aplikasi yang dirancang untuk perangkat seperti smartphone. Bagi pelanggan yang menggunakan aplikasi Grab ini sebelumnya perlu untuk mengunduh aplikasi ini terlebih dulu. Layanan aplikasi Grab dapat di

unduh di layanan penyedia aplikasi seperti Google Play untuk android atau Apple Store untuk iOS.

Perusahaan Grab cukup mengkompromikan dan menciptakan kualitas pelayanan yang baik. Kualitas pelayanan yang dimaksud dalam perusahaan Grab seperti kualitas pelayanan yang sudah dijanjikan atau berdasarkan kode etik yang sudah ditetapkan dari perusahaan tersebut.

Setiap penyedia layanan berusaha untuk memberikan layanan terbaik dari berbagai sisi guna mengambil hati para pengguna internet di Indonesia yang sangat luas dan selektif. Grab sebagai salah satu penyedia layanan transportasi online terbesar di Indonesia selalu berusaha memberikan yang terbaik untuk konsumen Indonesia.

Menurut Algifari (2016:2) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen. Kemampuan para pelanggan untuk mendapatkan website, dimana untuk menemukan produk atau jasa yang diinginkan dan informasi yang berhubungan dengan produk atau jasa tersebut, dan mencari kebenarannya dengan sedikit usaha. Grab hadir di Indonesia dengan tagline “platform transportasi aman dan semua orang harus memiliki akses terhadap transportasi”. Grab menyajikan kemudahan-kemudahan menggunakan aplikasinya, tampilan dalam aplikasi Grab sangat sederhana dan mudah digunakan.



Gambar 1.2. Tampilan dan Konten Aplikasi Grab 2018

Sumber : Website resmi PT. GrabTaxi Holding Pte. pada laman “Layanan”. <https://www.grab.com/id/taxi/>

Grab mengategorikan layanannya dalam 3 jenis menu layanan yaitu Transportasi, Makanan dan Kurir. Pelanggan hanya perlu memilih jenis layanan yang dibutuhkan.

1. Pada layanan transportasi (grabcar, grabbike), akan terlihat tampilan map area yang menunjukkan lokasi pelanggan berada melalui fitur GPS kemudian pelanggan diminta mengisi alamat tujuan perjalanan. Pada map area akan terlihat driver Grab terdekat yang dapat dipilih untuk mengatarkan ketujuan.
2. Pada layanan makanan (grabfood), aplikasi grab akan menampilkan gambar berbagai makanan yang bisa dipesan melalui layanan grabfood. Pelanggan hanya perlu mengisi jenis makanan apa yang akan dipesan pada kolom “Mau makan apa?” kemudian akan ditampilkan makanan yang pelanggan inginkan.
3. Pada layanan kurir (grabexpress), pelanggan hanya perlu mengisi alamat pengambilan barang pada kolom “Lokasi Pin” kemudian mengisi alamat tujuan pada kolom “Antar Ke mana?”

Layanan aplikasi Grab memberikan banyak informasi-informasi yang dibutuhkan pelanggan dari jenis layanan sampai tarif layanan. Hal ini dapat mempermudah pelanggan untuk memilih jenis layanan yang akan digunakan.

Berhubungan dengan akurasi dari janji layanan, memiliki persediaan, dan melayani pesanan tersebut pada waktu yang di janjikan. Dalam transaksi yang terjadi pada layanan aplikasi Grab, pelanggan akan langsung mendapatkan layanan dari Grab ketika pelanggan telah mengisi kolom-kolom alamat yang disediakan oleh Aplikasi Grab. Pelanggan hanya perlu menekan pilihan tombol “Konfirmasi” untuk setiap layanan yang diberikan. Setelah “Konfirmasi” pelanggan akan diberikan detail tarif dari setiap layanan yang dipilih. Fitur Grabpay juga disediakan pihak Grab untuk lebih mempermudah para pelanggan dalam membayar tarif secara non-tunai. Pelanggan Grab juga bisa mengetahui tingkat kepercayaan dari mitra Grab berdasarkan rating bintang yang dimiliki setiap pengemudi mitra

Grab. Dengan ini pelanggan akan lebih percaya dengan kredibilitas dari layanan aplikasi Grab dan pengemudi mitra Grab.

Berdasarkan keterangan dari situs PT GrabTaxi Holdings pada halaman pusat bantuan layanan, aplikasi Grab beroperasi 24 jam dalam 7 hari ini dapat memudahkan untuk aplikasi Grab tersedia dan diakses setiap saat. Dengan struktur menu-menu yang terdapat di aplikasi Grab yang sederhana dan mudah dimengerti sehingga pelanggan baru Grab akan mudah mengoperasikan walaupun itu pengalaman pertama dalam mengakses aplikasi tersebut. Aplikasi Grab ini aplikasi mobile yang dipasang di telpon pintar yang berbasis sistem operasi Android atau IOs. Grab menjamin layanan aplikasi yang dibuat adalah aplikasi yang handal dan tidak sering terjadi kesalahan atau error saat digunakan. Berdasarkan keterangan dari situs ulasan detail aplikasi yaitu www.blue-la-goon-idn.com pada laman Grab, memberikan penjelasan bahwa konsumen pengguna aplikasi hanya membutuhkan telpon dengan versi system operasi untuk android 4.2.2 dan ukuran penyimpanan sebesar 50 megabyte sedangkan untuk system IOs versi sistem operasi handphone minimal 4.11.2 dan ruang penyimpanan sebesar 81.9 megabyte. Hal yang memungkinkan aplikasi Grab di gunakan di semua jenis telpon pintar (smarthphone). Sehingga memiliki kualitas program yang baik dan tidak sering terjadi program beku pada aplikasi atau terjadi error pada saat pengoperasian program.

Berdasarkan situs resmi Grab pada Kebijakan dan Privasi Grab, pihak Grab mengatur tentang pengolahan dan pengumpulan data pribadi dari para pengguna Grab yang menjelaskan bahwa pihak Grab telah melakukan perlindungan dan pembatasan data pribadi pengguna, sesuai dengan ketentuan yang dibuat oleh pihak Grab dan Undang-Undang negara asal pelanggan Grab. Grab telah menyediakan pilihan dalam proses pembayaran yaitu tunai atau non-tunai. Berdasarkan dari sumber laman resmi PT GrabTaxi Holding dalam transaksi nontunai Grab menjamin keamanan transaksi pelanggan dengan fitur Grabpay. Grabpay adalah layanan transaksi non-tunai untuk membayar biaya jasa dari Grab. Layanan Grabpay ini memungkinkan transaksi pembayaran secara elektronik dengan mengisi saldo Grabpay melalui Agen Grab atau outlet yang sudah bermitra dengan Grab. Layanan ini akan membuat pelanggan merasa aman dalam bertransaksi di Grab.

Faktor yang mendukung para pelanggan menjadi puas dalam menggunakan aplikasi layanan Grab adalah promosi. Promosi merupakan salah satu kegiatan pemasaran yang penting bagi perusahaan dalam upaya mempertahankan kontinuitas serta meningkatkan kualitas penjualan untuk meningkatkan kegiatan pemasaran dalam hal memasarkan barang atau jasa dari suatu perusahaan. Pada umumnya perusahaan jasa melakukan promosi agar para konsumen tertarik untuk memakai dan menggunakan kembali jasa tersebut. Grab berusaha menjangkau masyarakat banyak melalui promosi yang gencar di iklankan lewat banyak media seperti media social, aplikasi, billboard, website dan masih banyak lagi. Promosi biasanya berisikan kode promosi untuk potongan harga maupun kode promosi untuk mendapatkan perjalanan gratis, baik mereka pengguna lama maupun pengguna baru aplikasi grab. Grab seringkali bekerja sama dengan berbagai event-event tertentu dengan menyediakan kode pemesanan khusus bagi mereka yang menggunakan aplikasi di event tersebut. Promosi khusus juga diberikan bagi para pengguna aplikasi grab yang mendaftarkan kartu kredit sebagai pembayaran tarif aplikasi.

Kualitas layanan merupakan faktor selanjutnya yang dianggap mampu mempengaruhi minat pembelian ulang. Persaingan pasar yang semakin ketat, membuat banyak perusahaan membicarakan tentang kualitas, dimana menurut mereka kualitas layanan mereka adalah yang terbaik. Selain itu kepedulian terhadap kualitas layanan, menjadi alasan untuk mencari hati konsumen. Dilain pihak, konsumen akan merasa sangat puas dan senang jika jasa yang mereka beli sesuai dengan ekspektasi mereka, sesuai dengan keinginan mereka, dan sesuai dengan apa yang telah digembar-gemborkan. Berdasarkan penjelasan di atas bahwa kualitas layanan adalah salah satu faktor yang mempengaruhi minat beli ulang konsumen. Adanya kualitas pelayanan yg baik akan semakin baik akan membuat minat beli ulang konsumen semakin tinggi.

Tabel 1.2. Data Top Brand

dalam (%)

Tahun	Grab	Gojek	Uber
-------	------	-------	------

2017	28,2	59,2	8,0
2018	48,0	44,9	
2019	43,1	44,6	

Sumber: https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_find=grab

Berdasarkan tabel di atas, persentase dari pengguna Grab di tahun 2018 terjadi peningkatan dari tahun sebelumnya, dan di tahun 2019 Grab mengalami penurunan.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kemudahan penggunaan aplikasi berpengaruh secara signifikan terhadap minat pembelian ulang layanan aplikasi jasa Grab?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap minat pembelian ulang layanan aplikasi jasa Grab?
3. Apakah promosi berpengaruh secara signifikan terhadap minat pembelian ulang layanan aplikasi jasa Grab?
4. Apakah kemudahan penggunaan aplikasi, kualitas pelayanan, dan promosi secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat beli ulang konsumen layanan aplikasi jasa Grab?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar:

1. Untuk mengetahui sejauh mana kemudahan penggunaan aplikasi mempengaruhi minat beli ulang terhadap pengguna jasa layanan Grab.
2. Untuk mengetahui sejauh mana kualitas pelayanan mempengaruhi minat beli ulang terhadap pengguna jasa layanan Grab.
3. Untuk mengetahui sejauh mana promosi mempengaruhi minat beli ulang terhadap pengguna jasa layanan Grab.

4. Untuk mengetahui sejauh mana kemudahan penggunaan aplikasi, kualitas pelayanan, dan promosi mempengaruhi minat beli ulang terhadap pengguna jasa layanan Grab.

1.4. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat sebagai berikut :

1. Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan wawasan khususnya di bidang Manajemen Pemasaran yang dinamis, serta wadah untuk mengaplikasikan seluruh teori yang didapat sewaktu kuliah.

2. Bagi pihak Grab

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan masukan berupa solusi serta sebagai bahan masukan pemikiran dan informasi yang bermanfaat untuk menetapkan strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran dan sesuai dengan kebutuhan konsumen. menjadi referensi dan memberikan masukan berupa sumbangan pemikiran terkait dengan penelitian yang sejenis di waktu yang akan datang