

BAB 1

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Alat transportasi merupakan salah satu alat komunikasi yang sangat penting dalam segala aspek aktivitas manusia, semakin maju alat transportasi maka semakin mudah untuk membangun hubungan antar manusia. Masyarakat manusia telah bergerak sejak zaman kuno. Terjadi perpindahan orang dari satu tempat ke tempat lain, dan mobilitas penduduk ini diikuti oleh mobilitas barang yang diangkutnya. Oleh karena itu, manusia membutuhkan sarana transportasi sejak dahulu. Di era sekarang ini, dimana mobilitas orang dan barang sangat tinggi dan terjadi tidak hanya dalam suatu wilayah, tetapi juga antar pulau bahkan antar negara, struktur transportasi memegang peranan penting.

Transportasi merupakan sarana yang sangat penting dalam menunjang keberhasilan pembangunan terutama dalam menunjang kegiatan perekonomian masyarakat tidak terkecuali di pedesaan. Sistem transportasi saat ini dimaksudkan untuk meningkatkan layanan mobilitas penduduk dan sumber daya lainnya yang mampu mendukung pertumbuhan ekonomi dan sosial di daerah pedesaan (Setiawan & Septiani, 2018)

Keterlambatan upaya pemerintah untuk segera merevitalisasi angkutan umum merupakan celah bagi pengusaha untuk menggunakan transportasi sebagai peluang bagi perusahaan yang menawarkan inovasi, sarana dan fasilitas yang dapat dimanfaatkan oleh konsumen dan pelaku usaha untuk pemasaran atau Membangkitkan minat konsumen salah satunya menggunakan aplikasi transportasi online (Setiawan & Septiani, 2018)

Hal ini juga dilakukan oleh perusahaan baru yang bergerak di bidang jasa transportasi yaitu GRAB. Perusahaan jasa transportasi ini menggunakan fasilitas

aktivitas sehari-hari. Pelanggan dapat melakukan pemesanan dengan mengunduh aplikasi , sarana ini pasti dimaksimalkan dengan Grab dalam memasarkan layanannya kepada konsumen (Setiawan & Septiani, 2018)

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memilih jasa transportasi online karena saat ini ada 2 perusahaan besar di Indonesia yang menjalankan bisnis tersebut yaitu Grab dan GOJEK Alasan utama meningkatnya penggunaan transportasi online adalah karena kemudahan dan ketergantungan dari perusahaan transportasi online tersebut, dan harga transportasi online seringkali lebih murah dari pada transportasi tradisional seperti taksi dan ojek.

Salah satu perusahaan transportasi online, Grab telah hadir di 6 negara di Asia Tenggara yaitu Malaysia, Singapura, Thailand, Vietnam, Filipina dan Indonesia. Grab di Indonesia cukup aman digunakan, terutama oleh wanita, karena Grab Indonesia melakukan review untuk setiap pengemudi dan kendaraan, pelatihan dan kode etik, serta jaminan keselamatan, asuransi dan bantuan 24 jam

Tentunya diperlukan strategi pemasaran bisnis yang tepat untuk menarik konsumen karena PT. Grab Indonesia percaya bahwa kualitas layanan akan menjadi pertimbangan bagi konsumen, dan dengan pelayanan yang baik tentu akan memberikan kepercayaan konsumen terhadap transportasi online. Tentu saja, ketika dua faktor ini terpenuhi, kepuasan konsumen tercipta karena kenyamanan dan keamanannya. menawarkan.Tawaran akan kemudahan akses transportasi melalui smartphone sangat memanjakan masyarakat Indonesia khususnya dalam hal transportasi, mereka menginginkan harga yang terjangkau, kualitas pelayanan yang baik, dan rasa aman yang tercipta untuk menjamin kepuasan konsumen yang lebih besar (Setiawan & Septiani, 2018)

PT Grab Indonesia menyediakan transportasi yang aman; Tentu saja, keselamatan dicapai melalui pemeriksaan, pengemudi dan kendaraan diperiksa dan diberi peringkat bintang standar minimum. (Grab.com,2018)

PT Grab Indonesia melakukan ini untuk mendapatkan kepercayaan dari konsumen karena kepercayaan berasal dari proses yang panjang, kepercayaan yang diperoleh antara pelanggan dan perusahaan dapat mengarah pada hubungan

yang lebih mudah. Faktor lain selain kepercayaan yang diperhitungkan oleh konsumen adalah kualitas pelayanan yang baik. GRAB selalu mengutamakan pelayanan semaksimal mungkin untuk memuaskan konsumen. Kualitas pelayanan yang ditawarkan terdiri dari kemudahan memperoleh armada kendaraan, keramahan pengemudi, kenyamanan kendaraan dan masih banyak hal lain yang ditawarkan kepada konsumen. (Grab.com,2018)

Faktor lain yang tidak kalah penting adalah kepuasan pelanggan terutama di wilayah Kelurahan Kebagusan, karena kepuasan merupakan indikator utama apakah konsumen akan mengulangi transaksi . Kami menemukan bahwa di PT Grab Indonesia terkadang konsumen mengalami kesulitan dalam pengadaan armada karena tujuan titik jauh, hujan, bahkan faktor kemacetan. Belum lagi ada konsumen yang mendapatkan pengemudi yang tidak beretika. Namun secara keseluruhan, kualitas layanan yang diberikan dan kepercayaan yang diperoleh tidak menjamin kepuasan konsumen di wilayah Kelurahan Kebagusan. karena bagaimanapun juga konsumen adalah yang dapat menilai baik atau tidaknya Konsumen menilai layanan dengan membandingkan layanan yang mereka terima dengan apa yang mereka harapkan.

Penelitian ini dibuat untuk menganalisis sentiment, ekspetasi dan perilaku dari 4.780 pelanggan di beberapa Negara Asean, yaitu Indonesia, Singapura, Malaysia, Vietnam, Thailand, dan Filipina, yang berumur antara 18 sampai 60 tahun, survey ini dilakukan pada juni 2020. Dari data survey tersebut menghasilkan, Grab memiliki kepuasan merek yang tinggi bagi para pelanggan di Indonesia (42 %) dan berada di peringkat ketiga sebagai platform yang paling banyak digunakan. Grab mengalahkan kepuasan pelanggan dari Platform Shopee di peringkat kedua, serta Tokopedia, Amazon, Lazada dan Zalora di peringkat selanjutnya. Riset tersebut menyebutkan ekspetasi pelanggan terhadap layanan dari e-commerce semakin tinggi dan alasan dari mereka membuat keputusan layanan ini (Grab) adalah karena kenyamanan. Alasan lainnya yaitu ongkos kirim yang menjadi pertimbangan dalam membuat keputusan pada e-commerce pilihan pelanggan. Dalam riset ini juga menunjukkan bahwa 84 % responden di Indonesia sangat merasa nyaman menggunakan jasa online. Riset tersebut juga menjelaskan meningkatnya tren dari telemedicine, jasa pengantaran makanan serta belanja

kebutuhan online. Sebanyak 52 %, 70 % dan 61 % pelanggan akan berbicara tentang tetap menggunakan jasa telemedicine, jasa pengantaran makanan serta belanja kebutuhan online setelah pandemic berakhir. (sumber : m.merdeka.com)

Fenomena dari kepuasan pelanggan karena adanya faktor dari kualitas layanan, Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) mencatat, ada lebih dari 41 % pelanggan transportasi online yang dikecewakan karena operasional dari transportasi online. Hal tersebut diketahui dari hasil survey yang dilakukan dari YLKI terhadap 4.668 pengguna jasa transportasi online, dari kendaraan roda dua maupun roda empat. Survey yang dilakukan kepada 4.668 responden mengatakan bahwa sebagian besar menganggap hal ini menarik, murah dan sebagainya. Tapi 41% responden pernah dikecewakan. Yang artinya tak semua dari mereka akan merasa puas. Ada 13 hal yang membuat pelanggan merasa dikecewakan oleh transportasi online. Hal yang paling banyak mengecewakan dari pelanggan yaitu meminta pesannya dibatalkan. Sebanyak 1041 atau 22,3 % responden mengaku paling sering dikecewakan karena hal tersebut. Hal yang lainnya yang dapat mengecewakan pelanggan adalah sulitnya mendapatkan pengemudi, aplikasi map error, plat nomor yang tidak sesuai, pengemudi yang tidak ramah. (Sumber : Finance Detik, 2017)

Membangun kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat, termasuk menyelaraskan dampak antara bisnis dan konsumen, menciptakan dasar yang baik untuk pembelian berulang dan loyalitas pelanggan, dan membangun berita dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi bisnis dan berbagai pakar memberikan definisi kepuasan konsumen ketidakpuasan konsumen, tanggapan konsumen terhadap perbedaan yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau standar kinerja lainnya) dan kinerja aktual yang dirasakan dari produk setelah digunakan.

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah kualitas Pelayanan Berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Jasa GrabBike di Kelurahan Kebagusan?
2. Apakah Kepercayaan Berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Jasa GrabBike di Kelurahan Kebagusan?
3. Apakah Keamanan Berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Jasa GrabBike di Kelurahan Kebagusan?

C. TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian proposal ini adalah sebagai berikut :

- a. Untuk menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Jasa GrabBike di wilayah Kelurahan Kebagusan
- b. Untuk menganalisis pengaruh Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Jasa GrabBike di wilayah Kelurahan Kebagusan
- c. Untuk menganalisis pengaruh Keamanan terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Jasa GrabBike di wilayah Kelurahan Kebagusan

D. KEGUNAAN PENELITIAN

- a. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi mengenai pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan, dan keamanan terhadap kepuasan pelanggan Grabbike, dan semoga hasil penelitian ini akan digunakan sebagai acuan untuk penelitian serupa dimasa yang akan datang.

b. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat memberi informasi untuk tujuan pendidikan atau memberikan wawasan baru, khususnya dalam kaitannya manajemen pemasaran, kaitannya dengan pengaruh kualitas layanan, kepercayaan, dan keamanan terhadap kepuasan pelanggan Grabbike di wilayah Kelurahan Kebagusan

c. Bagi Perusahaan GrabBike

Perusahaan dapat digunakan sebagai bahan evaluasi untuk mengenai permasalahan dan hambatan yang terkait dengan pengaruh kualitas layanan, kepercayaan, dan keamanan terhadap kepuasan pelanggan Grabbike di wilayah Kelurahan Kebagusan

