



BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Perkembangan teknologi di jaman sekarang ini sangatlah canggih dan pesat. Hal ini dapat dibuktikan dengan banyaknya inovasi dimulai dari yang sederhana maupun yang menghebohkan dunia. Teknologi sudah ada sejak jaman dahulu dan perkembangan teknologi berkembang secara drastis dan terus berevolusi hingga sekarang yang semakin canggih dan mendunia.

Saat ini teknologi memiliki peran utama bagi masyarakat dengan tujuan membangun bangsa, salah satu perkembangan teknologi yang dapat dirasakan adalah internet. Dengan adanya internet pengetahuan dapat diakses oleh seluruh belahan yang ada di dunia. Indonesia merupakan salah satu negara yang berkembang di dunia dengan pengaruh teknologi yang cukup besar. **(Amri Pradana, 2014)**

Awal mulanya angkutan umum yang ada di Jakarta hanya taksi konvensional, angkot, bajaj dan ojek, sekarang bertambah menjadi taksi online dan ojek online. Dilihat dari berita yang sudah beredar mengenai insiden beberapa pekan yang lalu, pengemudi taksi konvensional melakukan aksi demo yang dirasanya jasa transportasi berbasis aplikasi kini sedang naik daun. Sopir taksi konvensional merasa dirugikan karena banyak pelanggan beralih menggunakan jasa layanan transportasi berbasis aplikasi yang menggunakan kendaraan pribadi. Jasa layanan transportasi ini mematok biaya yang jauh lebih murah dibanding taksi konvensional, hal ini yang menyebabkan penurunan pendapatan dari sopir taksi konvensional. **(Eikon Technology, 2016)**

Kehadiran jasa transportasi online semakin memperketat persaingan antar industry ini, sehingga Pemerintah menerbitkan Peraturan Menteri Nomor 32 Tahun 2016 tentang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Penyelenggaraan Angkutan Orang dengan Kendaraan Bermotor Umum Tidak dalam Trayek 1 april 2017. Kemudian di revisi oleh Pemerintah dimana revisi tersebut akan menyelaraskan bisnis dan jaminan transportasi perusahaan taksi reguler dan aplikasi sekaligus meneguhkan taksi aplikasi sebagai bisnis transportasi yang diakui keberadaannya. (**Kompas, hal 18 edisi 3 Maret 2017**)

Pada mulanya pioneer transportasi online adalah Gojek. Perusahaan tersebut merupakan terobosan transportasi online yang bergerak di bidang Ojek Online. Kehadiran Gojek dilansir sebagai saingannya ojek pangkalan, dengan aplikasi tersebut masyarakat dihadirkan dengan berbagai kemudahan dimulai dari cara pemesanan ojek hingga kebutuhan yang lainnya.

Setelah gencarnya kehadiran Gojek di kalangan masyarakat, muncullah Grab yang merupakan terobosan aplikasi dalam bidang transportasi taksi online. Pada awalnya Grab hanya memiliki layanan jasa seperti *grabtaxi* (tahun 2014), yaitu grab bekerjasama dengan armada-armada taksi (*white horse, express*) agar memudahkan konsumen untuk memesan taxi. Seiring popularitasnya, tahun 2015 Grab mengeluarkan jenis jasa baru yaitu *grabbike* atau lebih dikenal dengan Ojek Online untuk bersaing dengan pesaingnya yaitu Gojek, lalu pada Agustus 2015 Grab mengeluarkan jasa barunya yaitu *grabcar*, yaitu transportasi mobil yang menggunakan mobil pribadi dengan tarif tetap yang sudah ditetapkan dari system Grab itu sendiri dari seberapa jauh jarak yang di tempuh penumpang dari tempat awal hingga tempat tujuan dan tarifnya jauh lebih murah daripada taksi konvensional. (**Adhi, 2016**)

Berikut perbandingan mengenai harga dari masing-masing taksi online yang sudah beroperasi 5 tahun belakang di Jakarta pada tabel tabel 1.1:



Tabel 1.1

Tabel Tarif Go-car, Grabcar, dan Uber X

Layanan	Grab	GO CAR	UBER
Tarif	Tarif flat Rp 4.000/km	Tarif flat Rp 3.500/km	Tarif dasar = Rp 3.000 Tarif per km = Rp 2.000 Tarif per menit = Rp 300
Keterangan	Minimal Rp 10.000	Minimal Rp 10.000 (tarif naik saat demand tinggi)	Minimal Rp 3.000 (tarif naik saat demand tinggi)
Pembatalan	Tidak dikenakan biaya	Tidak dikenakan biaya	Dikenakan biaya sebesar Rp 30.000
Pembayaran	Tunai / Grab-Pay	Tunai / Go-Pay	Tunai / Kartu Kredit

(sumber: Gunawan Saputra, 2016)

Berdasarkan pada tabel 1.1, tabel perbandingan tarif Grab dan angkutan umum lainnya. Grab memasang tarif flat Rp 4.000, Uber memasang tarif dasar Rp3.000, sedangkan Go-car memasang tarif flat Rp 3.500. Dari perbandingan tarif transportasi online di tabel 1.1, tarif GoCar yang paling murah diantara pesaing-pesaingnya dan tarif Grabcar-lah yang paling mahal. Untuk tarif per kilometer, biaya yang dikenakan pun berbeda-beda. Uber dikenakan biaya sekitar Rp 2.000 atau lebih sesuai dengan kebijakan yang berlaku, sedangkan Grabcar dan Gocar memakai tarif flat Rp 4.000 dan Rp 3.500 per kilomaternya dan akan bertambah sebesar Rp 4.000 dan Rp 3.500 setiap kilometer berikutnya.

Menurut Kolianan *et al.* (2016), definisi kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Layanan menjadi salah satu hal yang sangat penting bagi perusahaan untuk memuaskan konsumen, jika layanan yang diberikan Grab tidak sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen, maka konsumen akan merasa kecewa.

Hak cipta milik Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
 Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Menurut Rizal *et al.* (2016), persepsi harga merupakan pemikiran konsumen mengenai hubungan jumlah uang dengan nilai sebuah produk. Setiap orang memiliki persepsi yang berbeda-beda terhadap harga. Setelah seseorang memperoleh informasi atau melihat sebuah harga yang tertera pada produk mereka akan berfikir lalu kemudian membuat persepsi terhadap apa yang mereka lihat

Semakin banyaknya taksi online, semakin berdampak pada ketatnya persaingan. Penyebab utama terjadinya persaingan yaitu persaingan harga, konsumen memiliki persepsi terhadap kualitas yang diberikan perusahaan melalui harga yang ditawarkan.

Menurut Mandasari dan Tama (2011), seorang konsumen akan mengalami ketidakpuasan, yaitu bila produk tidak sesuai dengan harapannya setelah dikonsumsi.

Namun bila terjadi sebaliknya yaitu produk sesuai dengan harapannya, maka konsumen akan merasa puas sehingga suatu saat akan mengkonsumsi kembali produk tersebut.

Konsumen yang puas adalah konsumen yang akan berbagi kepuasan dengan produsen. Bahkan, konsumen yang puas akan berbagi rasa dan pengalaman dengan konsumen lain.

Selain harga hal yang dapat menjadi persaingan antar jasa taksi online adalah kualitas layanan. Jika layanan yang diberikan perusahaan tidak sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen, maka konsumen akan merasa kecewa, begitupun sebaliknya. Dalam ketatnya persaingan harga, masing-masing perusahaan taksi online harus bisa memberikan layanan yang sesuai agar dapat menciptakan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dibahas di atas, maka pengaruh sebenarnya daripada kualitas layanan dan persepsi harga terhadap kepuasan menarik minat penulis untuk melakukan penelitian ini dengan judul **“Pengaruh Kualitas Layanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Grabcar”**.



B. IDENTIFIKASI MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat diidentifikasi masalah yang dihadapi adalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah persepsi harga pelanggan pada Grabcar?
2. Seberapa baik kualitas layanan Grabcar?
3. Seberapa tinggi kepuasan pelanggan Grabcar?
4. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Grabcar?
5. Apakah terdapat pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan Grabcar?
6. Apakah Grab berhasil memenangkan persaingan antar sesama taksi online?
7. Bagaimana peraturan pemerintah mempengaruhi perkembangan taksi online dimasa yang akan datang?

C. BATASAN MASALAH

Dari masalah-masalah yang teridentifikasi ini, penulis mempersempit masalah sebagai batasan masalah:

1. Seberapa baik Kualitas Layanan Grabcar?
2. Bagaimanakah Persepsi Harga pelanggan pada Grabcar?
3. Seberapa tinggi kepuasan pelanggan Grabcar?
4. Apakah terdapat pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Grabcar?
5. Apakah terdapat pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan Grabcar?



D. BATASAN PENELITIAN

Penulis menyadari mempunyai banyak keterbatasan, ditinjau dari segi waktu, dana dan kemampuan sehingga penulis menggunakan hal-hal di bawah ini sebagai batasan-batasan, yaitu:

1. Objek penelitian adalah Grabcar.
2. Subjek penelitian adalah orang-orang yang sudah pernah menggunakan pelayanan Grabcar.
3. Periode penelitian dilakukan hanya dalam kurun waktu 6 bulan, (Februari 2017 – Juli 2017)

E. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut: **“Bagaimana Pengaruh Kualitas Layanan dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Grabcar?”**

F. TUJUAN PENELITIAN

Maksud dari penelitian ini adalah untuk menggali, mencari serta memperoleh data dan informasi mengenai pengaruh Kualitas Layanan dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Grabcar.

Sesuai dengan permasalahan di atas, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui seberapa baik Kualitas Layanan pada Grabcar.
2. Untuk mengetahui bagaimana Persepsi Harga Grabcar.
3. Untuk mengetahui seberapa tinggi Kepuasan Pelanggan Grabcar.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Hak Cipta Milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



4. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Grabcar.

5. Untuk mengetahui pengaruh Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan

Grabcar.

G. MANFAAT PENELITIAN

1. Bagi penulis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk menambah wawasan ilmu pengetahuan baik dari segi teori maupun praktek yang didapat dari pengalaman untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan. Dalam teori berarti kita memperoleh pemahaman dan penghayatan yang didapat pada saat duduk di bangku kuliah. Dalam praktek, diharapkan dapat menambah pengetahuan dan penerapan dalam kegiatan perusahaan.

2. Bagi Grab

Sebagai masukan informasi untuk mengetahui dan mendapat gambaran tentang pengaruh dimensi-dimensi Kualitas Layanan yang disediakan perusahaan serta Persepsi akan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Grab.

3. Bagi perusahaan lain

Sebagai informasi bagi perusahaan penerbangan lain tentang Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Harga, serta Kepuasan pelayanan di bidang penyedia transportasi.

4. Bagi pihak lain/referensi

Sebagai referensi untuk menambah pengetahuan dan wawasan pembaca, khususnya tentang kualitas layanan serta persepsi harga yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.