



BAB 1 PENDAHULUAN

© Hak Cipta milik IBIKK (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

A. Latar Belakang Masalah

Transportasi merupakan sarana yang sangat penting dalam mendukung aktivitas dan mobilitas masyarakat sehari-hari. Sistem transportasi yang handal dan terintegrasi memiliki peranan yang sangat penting dalam mendukung pembangunan di suatu wilayah (<https://jakarta.bps.go.id>). Perkembangan transportasi pada saat ini sudah sangat pesat, termasuk juga jasa transportasi ojek, di mana jasa transportasi ojek ini sudah didukung oleh kemajuan teknologi berupa jaringan internet. Perkembangan transportasi yang sangat pesat membuat transportasi online menjadi alternatif angkutan umum dalam menghadapi kemacetan yang disebabkan pertumbuhan penduduk yang semakin meningkat. Dengan adanya pertumbuhan penduduk yang semakin meningkat mempengaruhi kebutuhan akan jasa transportasi yang semakin meningkat pula, hal ini lah yang menyebabkan semakin berkembangnya dunia bisnis di sektor jasa transportasi (<https://www.kompasiana.com>).

Jakarta memiliki visi jangka panjang untuk menjadi kota global yang berfungsi sebagai pusat perdagangan, jasa, dan keuangan. Meskipun Jakarta dianggap sebagai kota maju Nasional, namun masih ada tantangan untuk meningkatkan daya saingnya di tingkat global. Salah satu fokus utama adalah meningkatkan mobilitas masyarakat melalui pembangunan infrastruktur transportasi serta pemanfaatan teknologi dalam transportasi umum. Perkembangan digitalisasi transportasi di Jakarta khususnya Jakarta Pusat telah berdampak pada akseptasi masyarakat dalam menggunakan transportasi publik yang terus meningkat (<https://www.bi.go.id/>). Akses transportasi yang luas dan beragam fasilitas hiburan di Jakarta Pusat juga berkontribusi pada

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

peningkatan penggunaan transportasi. Dengan banyaknya pilihan moda transportasi yang tersedia membuat masyarakat mudah untuk bergerak. Selain itu, keberadaan berbagai pusat perbelanjaan, restoran, dan tempat hiburan mendorong orang untuk berkunjung, sehingga meningkatkan permintaan akan layanan transportasi. Hal ini menciptakan ekosistem yang saling mendukung, di mana peningkatan transportasi dapat memfasilitasi mobilitas masyarakat dan mendukung pertumbuhan sektor hiburan di kota (<https://www.kompas.id>).

Untuk menjawab kebutuhan transportasi masyarakat saat ini sudah terdapat beberapa perusahaan penyedia aplikasi transportasi online. Jasa transportasi berbasis online menyediakan pelayanan untuk membantu masyarakat melakukan rutinitas dalam meningkatkan efisiensi dan mobilitas yang padat. Pelaku bisnis transportasi online di Indonesia sudah banyak dan merata di setiap kota, namun dua yang terbesar adalah Gojek dan Grab yang merupakan pelopor dalam bisnis transportasi online. Kedua perusahaan transportasi berbasis online yang kian melekat dibenak masyarakat Indonesia (Mashyuni & Santosa, 2021). Dengan menjadi aplikasi layanan transportasi terpopuler di Asia Tenggara yang kini telah berada di Singapura, Indonesia, Filipina, Malaysia, Thailand dan Vietnam, Grab menghubungkan lebih dari 10 juta penumpang dan 185.000 pengemudi di seluruh wilayah Asia Tenggara. Layanan jasa transportasi online yang diberikan oleh Grab menggunakan teknologi aplikasi sebagai sarana untuk memesan, melakukan pembayaran secara tunai atau non tunai, dan petunjuk arah bagi pengguna dan pengemudi (Kurniawan, 2018).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta dimiliki IBIKKG (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.

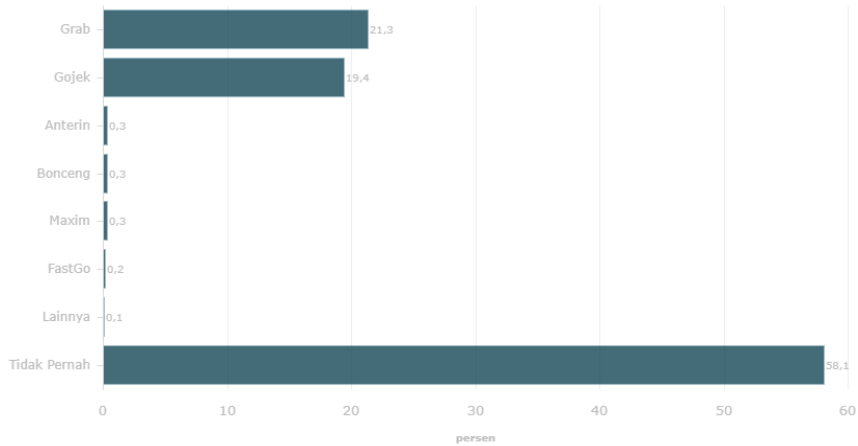
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Gambar 1.1

Jasa Transportasi Online Paling Sering Digunakan

(2019-2020)



Sumber: databoks.katadata.co.id (2020)

Berdasarkan pada Gambar 1.1, yang merupakan hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) periode 2019-kuartal II/2020, Grab dan Gojek menjadi layanan aplikasi transportasi online yang paling sering digunakan oleh masyarakat. Ada 21,3% responden yang mengaku sering menggunakan aplikasi Grab untuk berpergian. Sementara, 19,4% responden mengaku kerap menggunakan aplikasi Gojek saat hendak bepergian. Responden yang memilih layanan aplikasi transportasi online lainnya, seperti Anterin, Bonceng, Maxim, dan FastGo berkisar di rentang 0,1%-0,3%. Adapun, 58,1% responden mengaku tak pernah menggunakan layanan aplikasi transportasi online.

Dengan menjadi transportasi online yang paling sering digunakan, layanan Grab ditujukan untuk memberikan alternatif berkendara bagi para pengemudi dan penumpang yang menekankan pada kecepatan, keselamatan, dan kepastian. Grab sendiri telah hadir di Indonesia pada bulan Juni 2012 sebagai aplikasi pemesanan taksi

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.



dan sejak itu telah memberikan beragam pilihan transportasi seperti mobil dan ojek. Pada tanggal 14 Juli 2016, Grab memaparkan perkembangan bisnisnya dimana Grab mencatat pertumbuhan layanan GrabCar dan GrabBike yang luar biasa, terutama di Indonesia, pada semester pertama 2016 sejak Grab melakukan rebrand sebagai platform penyedia layanan pemesanan kendaraan terlengkap di bulan Januari. Di Indonesia Grab melayani pemesanan kendaraan seperti ojek (GrabBike), mobil (GrabCar), taksi (GrabTaksi), kurir (GrabExpress), pesan antar makanan (GrabFood) dan carpoolingsocial (GrabHitchCar). Saat ini Grab tersedia di 125 kota di seluruh Indonesia, mulai dari Banda Aceh hingga Jayapura-Papua (Nurani, dalam Rini 2019).

Kepuasan pelanggan yang terpenting adalah dalam penyaluran jasa harus dilakukan dengan baik dan memiliki sarana yang khusus agar dapat mengelola jasa tersebut dengan baik. Kemudahan-kemudahan yang telah di tawarkan Grab ini membuat masyarakat beralih menggunakan jasa Grab karena konsumen sudah tidak perlu lagi melakukan tawar menawar harga karena harga dihitung dari jarak tempuh. Pada saat ini persaingan di dunia usaha sangat ketat, supaya dapat bersaing dan bertahan perusahaan dituntut untuk mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan dari konsumen atau pelanggan dengan memberikan pelayanan yang terbaik. Selain itu perusahaan juga harus memperhatikan faktor promosi, harga dan kualitas pelayanan.

Dikarenakan adanya beberapa perusahaan lain menciptakan layanan yang serupa hal ini membuat semakin ketatnya persaingan antar perusahaan. Kualitas layanan yang dimiliki perusahaan merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Apabila kualitas pelayanan yang diberikan suatu perusahaan buruk, maka dapat berpengaruh terhadap tingkat kepuasan konsumen yang akan menurun. Pada Gambar 1.2, peneliti menemukan beberapa masalah dan keluhan dari pengguna Grab terkait dengan sulitnya mencari driver, driver yang tiba-tiba cancel orderan, attitude

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

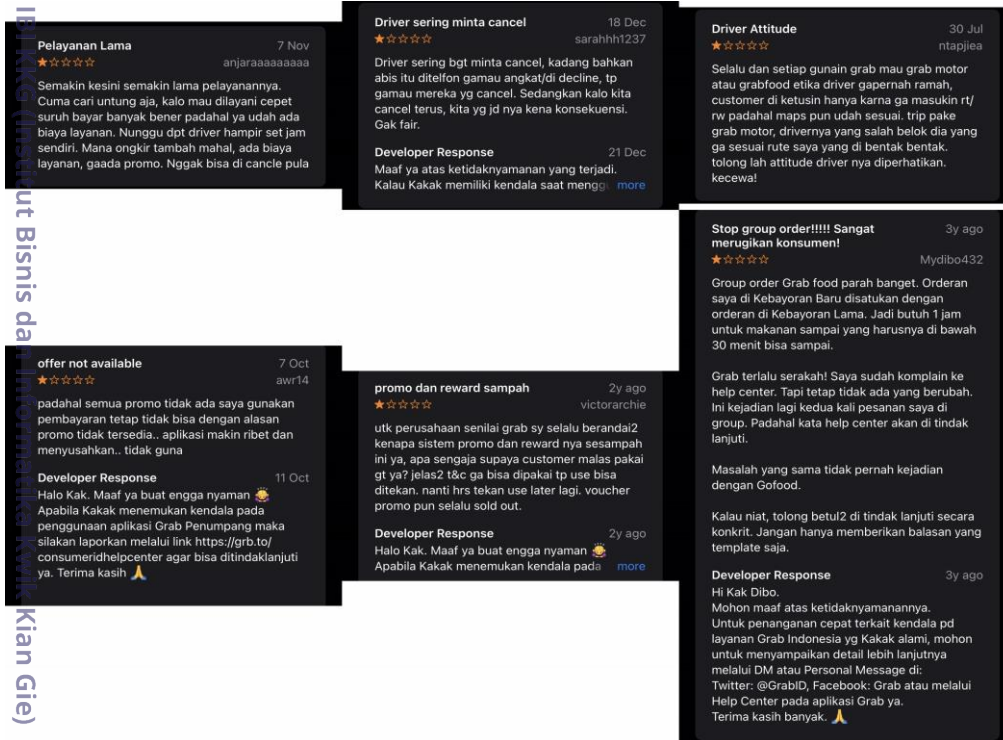
Hak cipta milik IBIKKG (Asosiasi Bisnis dan Informatika KwikKianGie)

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.

driver yang tidak ramah, voucher promo yang tidak dapat digunakan, dan lain sebagainya.

Gambar 1.2

Keluhan Konsumen Grab di App Store



Sumber: App Store (2024)

Kualitas Pelayanan menurut Kotler & Armstrong (2020: 238) adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Menurut Minarsih (2018) kualitas pelayanan adalah suatu cara atau strategi yang diberikan oleh suatu perusahaan agar dapat menarik minat pelanggan atau konsumen untuk menggunakan produk atau jasa yang diberikan.

Promosi menurut Abubakar Rusydi (2022: 50), adalah suatu usaha yang dilakukan perusahaan untuk memberikan informasi serta memperkenalkan produk kepada

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.



konsumen melalui media dengan sesering mungkin untuk membangun kedekatan produk dengan pedagang dan konsumen dengan harapan produk yang ditawarkan dapat dibeli oleh konsumen. Promosi menjadi satu pembeda suatu produk dari produk lainnya di antar komoditas, sekaligus menegaskan kelebihan dari produk tersebut dan sebagai daya tarik akan suatu produk terhadap kepuasan konsumen dalam penggunaan produk tersebut. (Kurniawan *et al.*, 2019)

Harga menurut Kotler dan Armstrong (2020: 303) adalah satu-satunya elemen dalam bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan dan semua elemen lainnya mewakili biaya.

Kepuasan konsumen menurut Tjiptono & Diana (2022: 125) yaitu respon emosional seseorang terhadap pengalaman yang dihasilkan produk atau jasa spesifik yang dibeli pada gerai ritel atau pasar secara keseluruhan.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Niode *et al.*, (2022) menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Selain itu penelitian yang dilakukan oleh Asti *et al.*, (2020) menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka judul dari penelitian ini adalah

PENGARUH PROMOSI, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN GRAB DI KOTA JAKARTA PUSAT”

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka identifikasi masalah yang akan dijadikan bahan penelitian selanjutnya adalah :

Apakah promosi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Grab di kota Jakarta Pusat?



2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Grab di kota Jakarta Pusat?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Grab di kota Jakarta Pusat?
4. Apakah faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen Grab di Jakarta Pusat?

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka penelitian ini hanya akan meneliti tentang:

1. Apakah promosi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Grab di kota Jakarta Pusat?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Grab di kota Jakarta Pusat?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Grab di kota Jakarta Pusat?

D. Batasan Penelitian

Batasan penelitian dari penelitian yang penulis lakukan adalah sebagai berikut:

1. Objek penelitiannya adalah kepuasan konsumen Grab.
2. Subjek penelitiannya adalah konsumen atau pelanggan Grab.
3. Wilayah dilakukannya penelitian ini adalah di Jakarta Pusat.

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah “Bagaimana Pengaruh Promosi, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Grab di Kota Jakarta Pusat?”

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KIGS (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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



F. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap kepuasan konsumen Grab di kota Jakarta Pusat.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen Grab di kota Jakarta Pusat.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Grab di kota Jakarta Pusat

G. Manfaat Penelitian

1. Bagi akademis
Diharapkan dapat memberikan informasi serta wawasan mengenai pengaruh promosi, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Grab di kota Jakarta Pusat.
2. Bagi peneliti selanjutnya
Diharapkan penelitian ini dapat menjadi sumber informasi kepada peneliti selanjutnya sebagai dasar untuk melakukan penelitian mengenai topik yang bersangkutan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.