

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.2 Latar Belakang Masalah**

Segala aktivitas yang dilakukan oleh individu dimasa saat ini sangat berkaitan erat dengan perkembangan teknologi. Perubahan yang telah terjadi yang diakibatkan oleh pertumbuhan dan perkembangan teknologi yang sangat pesat telah banyak dirasakan di Indonesia. Teknologi memainkan dampak yang dirasa sangat penting dalam pengaruhnya kepada aktivitas masyarakat, sebagai contohnya perkembangan teknologi mendorong perusahaan untuk menjadi lebih efektif dan mendorong tingkat kreativitas dan inovasi yang dihasilkan oleh tiap perusahaan. Era globalisasi seperti saat ini memberikan banyak perubahan baik perubahan yang membawa dampak yang baik ataupun perubahan yang memberikan dampak hasil yang buruk atau negative. Salah satu dampak dari perkembangan teknologi adalah membawa perubahan yang besar dalam salah satu jenis bisnis yaitu bisnis transportasi.

Siti Fatimah (2019) mengatakan bahwa sarana yang ikut mengambil bagian dalam kehidupan manusia baik untuk kegiatan sehari-hari ataupun untuk menggerakkan manusia ataupun objek benda mati ke titik yang lainnya dapat dikenal juga sebagai moda transportasi. Beberapa pembagian dari sarana transportasi adalah angkutan barang, transportasi angkutan berupa angkutan yang mengangkut manusia. Perkembangan teknologi yang kian hari semakin pesat mengakibatkan semakin berkembangnya moda sarana transportasi yang kian hari semakin mudah untuk diakses dan semakin dapat menggapai target pasar yang

lainnya. Layanan jenis ini juga sangat didukung oleh pemerintah dengan tujuan memberikan jenis pelayanan terbaik bagi pengguna moda transportasi ini.

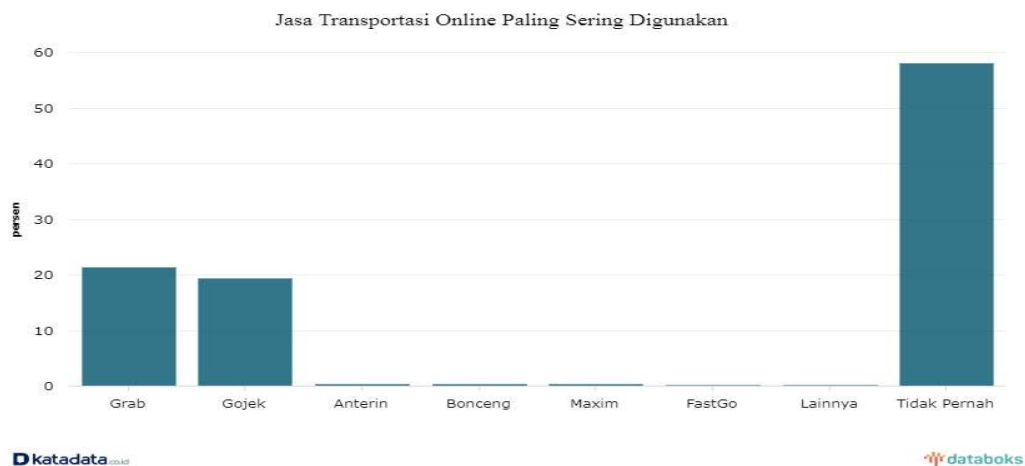
Jenis moda transportasi yang paling banyak dan paling lazim digunakan saat ini adalah jenis transportasi yang memiliki kelebihan yaitu mampu memindahkan objek ataupun manusia secara cepat, aman, dan terjangkau oleh para pengguna moda transportasi. Salah satu contoh dari ini adalah moda transportasi pada kota Batam yang mana kota ini memiliki penduduk yang tergolong padat dan saling terpusat pada satu titik. Pada jam sibuk yaitu pada waktu orang-orang bersekolah atau pergi bekerja maka moda transportasi sangat dibutuhkan guna memperlancar dan mendukung aktivitas sehari-hari masyarakatnya.

Transportasi yang saat ini sedang berkembang salah satunya adalah moda transportasi yang bergerak dibidang transportasi penumpang berbasis kendaraan online yang memanfaatkan perkembangan teknologi dengan menggunakan aplikasi yang dapat dipasang pada perangkat para penumpang. Perusahaan saling berlomba-lomba dalam pengembangan inovasinya agar aplikasi yang diusungnya banyak diminati oleh para pelanggan sehingga dapat menarik banyak minat baik calon konsumen maupun konsumen tetap. Bisnis jenis ini sangat mengandalkan perkembangan teknologi dalam penggunaan dan perjalanannya, transportasi jenis ini yang biasa disebut dengan transportasi berbasis daring memiliki beberapa kelebihan. Diantaranya adalah calon konsumen yang ingin menggunakan layanan ini tidak perlu pergi ketempat yang telah disediakan, cukup memesan pada aplikasi yang telah dipasang pada gawai para pelanggan. Beberapa perusahaan

yang menawarkan bisnis moda transportasi jenis ini diantaranya adalah Gojek, Grab, Maxim, FastGo dan lain-lain.. Perkembangan perusahaan jenis ini dapat dikategorikan sebagai perkembangan yang pesat karena mampu mengubah hal-hal tradisional menjadi lebih modern dengan bantuan perkembangan teknologi berbasis daring.

Perusahaan yang menawarkan layanan transportasi berbasis online memiliki tingkat persaingan yang tinggi yang memiliki tujuan akhir untuk meraup keuntungan sebesar-besarnya. Aplikasi penyedia jasa transportasi online yang menguasai pangsa pasar yaitu: Gojek, Grab, Anterin, Bonceng, Maxim, dan FastGo. Jenis persaingan yang sangat ketat dapat dilihat pada beberapa kompetitor perusahaan yang menawarkan bisnis moda transaksi ini. Salah satu pesaing yang ada di pasaran adalah perusahaan Grab dan Gojek. Persaingan antara Grab dan Go-jek cukup ketat hal ini ditandai dengan pengunjung uniknya yang hanya berbeda sedikit saja. Berdasarkan hasil dari penelitian yang dilakukan oleh APIII selama periode kuartal II 2019 memberikan hasil bahwa kedua layanan ini yaitu Grab dan Gojek menempati urutan paling atas pada jenis layanan moda transportasi yang paling banyak dipakai oleh masyarakat. Sebanyak 21,3% untuk pengguna Grab sementara ada 19,4% untuk pengguna Gojek. Transportasi yang ditawarkan oleh jasa yang lain berada pada angka di angka 0,1%-0,3%, dan sisa dari responden yaitu sebanyak 58,1% menyatakan bahwa mereka belum pernah memakai layanan moda transportasi jenis ini.

Berikut data yang memperlihatkan jenis moda transportasi online yang lazim digunakan pada saat ini:



**Gambar 1. 1** Jasa Transportasi Online Yang Paling Sering Digunakan

Riset kali ini menggunakan pemilikan moda transportasi yaitu moda transportasi Grab, dikarenakan periset memiliki ketertarikan dalam pengetahuan pengaruh pada kualitas *brand*, brand image penggunaan jasa Grab di kota Batam. Lokasi dilakukan di Batu Aji, kota Batam karena pengguna Grab semakin hari semakin menurun, maka peneliti tertarik dalam melihat pengaruh jenis dan kualitas pelayanan yang diberikan pada, *brand image*, dan promosi yang bagaimana yang diinginkan oleh pengguna di kota Batam.

Perusahaan Grab yang dikenal sebagai perusahaan yang bergerak dibidang penyediaan jasa moda transportasi didirikan pada tahun 2012. Pertamkali didirikan sebagai Grab Taxi dan merubah nama pada tahun 2016, perusahaan ini memiliki banyak cabang di delapan negara. Platform ini sudah dikenal sejak lama di Singapura dan merupakan salah satu jenis pelayanan yang sangat banyak

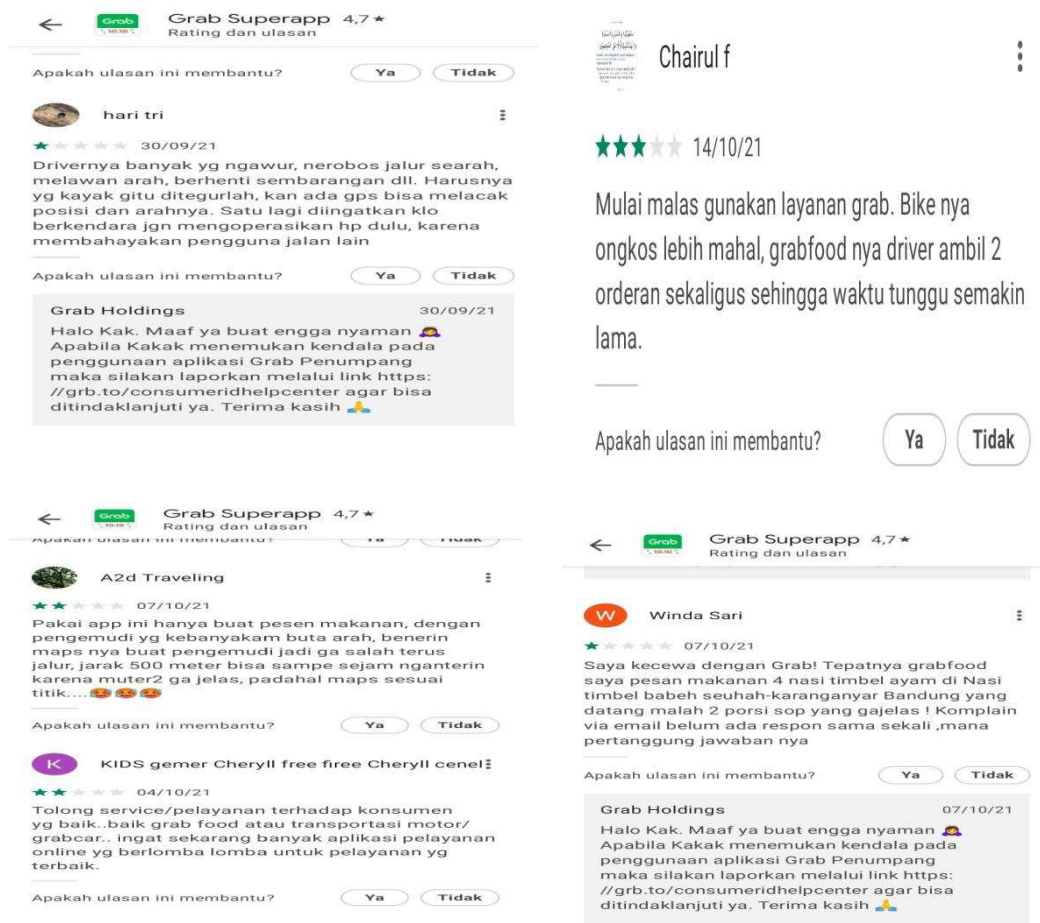
digunakan oleh beragam konsumen yang tertarik dalam menggunakan pelayanan berupa transportasi daring. Namun beberapa protes yang dilontarkan oleh pelanggan sudah banyak dikeluarkan, diantaranya berupa pelayanan yang kurang baik. Diketahui juga bahwa promosi yang sudah digencarkan oleh Grab dianggap tidak memiliki dampak yang baik dalam pertumbuhan bisnis ini.

Menurut Sitio (2019:23) yang dimaksud dengan kualitas pelayanan dapat diklasifikasikan sebagai kelebihan yang dimiliki oleh suatu brand dalam pemenuhan hasrat dan keinginan konsumen. Factor kualitas ini masih belum memberikan kata puas kepada pelanggan, banyak keluhan yang dikirimkan baik kepada manajemen Grab lewat email maupun lewat komentar di aplikasi Grab. Kualitas pelayanan yang sering dipermasalahkan adalah pertama Kenyamanan, Dalam membawa kendaraan driver Grab harus membawa kendaraan sesuai aturan yang berlaku, jangan ugal-ugalan, jangan mengendarai dengan kecepatan tinggi, jangan melanggar rambu-rambu lalu lintas tapi faktanya masih banyak driver Grab belum mematuhi.

Kualitas pelayanan yang paling sering di permasalahkan adalah yang pertama, Keramahan diulasan komentar pada aplikasi Grab masih banyak yang menyindir driver yang kurang ramah terhadap penumpang, sehingga membuat penumpang merasa takut dan kecewa menggunakan jasa Grab. Kedua, Fasilitas Layanan Fasilitas yang diberikan oleh Grab masih jauh dari harapan penumpang, contohnya helm. Helm yang berikan kepada penumpang pada Grab bike sering bau seharusnya diberikan hernet untuk melapisi agar penumpang tidak merasa jijik. Yang kedua jas hujan, saat musim hujan alangkah baiknya disediakan jas

hujan untuk penumpang Grab bike agar saat hujan penumpang tetap nyaman dan tidak basah. Yang ketiga masker, disituasi covid-19 saat ini masker sangat diperlukan terkadang penumpang lupa membawa masker saat mau menaiki jasa Grab seharusnya pihak manajemen Grab menyediakan masker agar penumpang memiliki pandangan yang baik terhadap Grab. Ketiga, Tingkat kebersihan dan kerapian transportasi maupun driver, sering sekali penumpang mendapati kendaraan dalam keadaan kotor juga driver yang bajunya tidak enak di pandang seperti baru bangun tidur sehingga bisa merusak mood penumpang dan kecewa menggunakan jasa Grab. Keempat, Kemahiran driver dalam membaca GPS. Konsumen banyak memberikan komentar mengenai driver yang tidak paham membaca GPS sehingga membuat penumpang menunggu lama.

Berikut tanggapan ataupun komentar pelanggan pada aplikasi Grab yang ada di playstore:

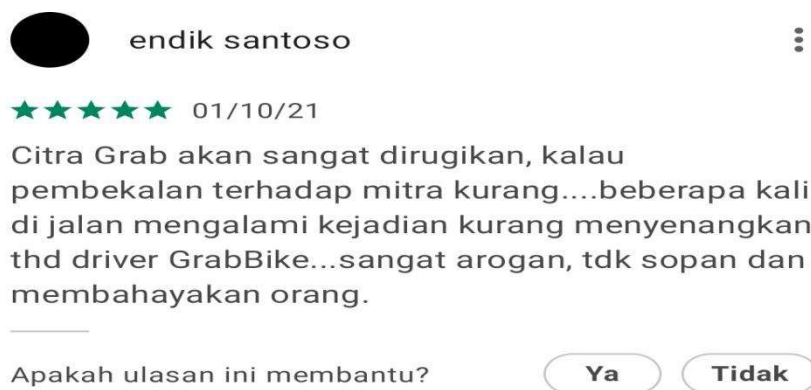


**Gambar 1. 2** Komentar Kualitas Pelayanan Grab

**Sumber:**ojekonlineku.com

Dari kualitas pelayanan yang masih belum memberikan kata puas kepada pelanggan maka akan sangat mempengaruhi brand image dari Grab itu sendiri. Brand Image brand image ini dapat disebut sebagai suatu pandangan yang dimiliki oleh pelanggan kepada suatu brand atau merek yang dapat menjadi suatu pendapat yang dimiliki oleh banyak orang. Brand image juga disebut dengan asset yang tak

kasat mata yang memiliki nilai yang sangat penting karena memiliki hubungan erat dari konsumen kepada perusahaan (Agmeka et al., 2019). Brand image Grab bisa semakin menurun di pandangan konsumen jika kualitas pelayanan yang diberikan masih belum baik.



**Gambar 1.3** Komentar Brand Image Grab

Selanjutnya promosi dapat diklasifikasikan sebagai salah satu usaha dalam mengkomunikasikan suatu layanan atau jasa yang dilakukan oleh suatu brand atau perusahaan industry yang ditujukan kepada calon konsumen maupun konsumen tetap (Ernawati, 2019:20). Promosi yang diberikan Grab banyak, mulai dari promo untuk yaitu potongan harga untuk pengguna ovo, kode voucher dan kode promo Grabfood, promo Grab untuk pengguna baru, kode promo Grab food pembayaran tunai, promo Grab food McD dan masih banyak promo lainnya, tetapi promo yang diberikan Grab tidak kalah jauh dengan promo yang diberikan oleh Gojek.



Berikut Perbandingan promo yang dilakukan Grab food dengan Go food:

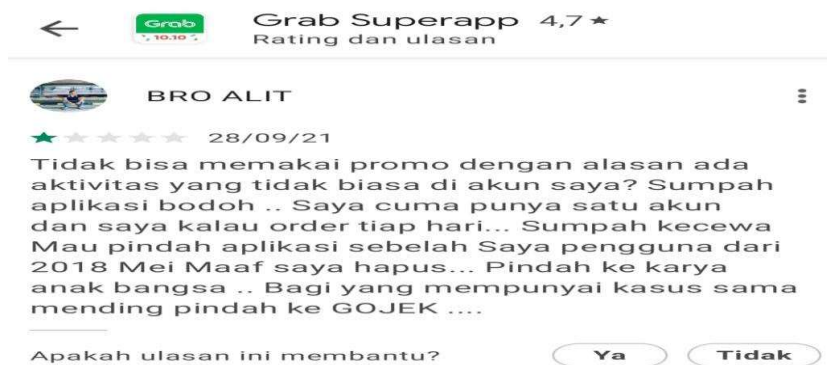
**Tabel 1. 2 Perbandingan Promo GrabFood dengan GoFood**

| Promo Grab   | Promo Gojek   |
|--|---|
| 1. Diskon kilat maksimal 50% sehari  | 1. Jajan hemat di Go food sampai dengan Rp.110.000  |
| 2. Diskon Rp.50.000 pukul 14.00-17.00 WIB  | 2. Traktiran GO food  |
| 3. Paket special kemerdekaan Rp.76.000   | 3. Promo kulineran diskon sampai dengan Rp.60.000 plus diskon ongkir.   |
| 4. Promo special masakan chef idola Rp.17.845 per box.<br><br>Promo ini berlaku untuk 40.000 restoran yang bekerjasama dengan Grab Food. | 4. Pesan dari UMKM diskon sampai 50%.<br><br>Diskon ini berlaku untuk puluhan restoran yang bekerjasama dengan Go Food. |

**Sumber:** [traveling.bisnis.com](http://traveling.bisnis.com)

Setiap hari promo yang diberikan oleh Grab dan Gojek selalu berubah-ubah, oleh sebab itu perbandingan promo yang saya tampilkan di atas adalah promo per tanggal 17 Agustus 2020. Promo yang dilakukan Grab masih belum bisa dikatakan baik. Karena promo yang diberikan Grab sering tidak bisa

digunakan sehingga para pelanggan kecewa dan memilih berpindah langgan kepada Gojek. Ini akan menjadi masalah besar jika tidak cepat di atasi oleh pihak manajemen Grab karena akan berdampak kepada kelangsungan posisi Grab di pangsa pasar. Berikut tanggapan konsumen terhadap promo yang dilakukan Grab.



**Gambar 1. 4** Komentar Promosi Grab

Dapat kita tarik kesimpulan dari komentar pengguna Grab bahwa kualitas pelayanan yang kurang baik, brand image Grab semakin menurun serta promosi kurang maksimal yang dilakukan Grab sehingga mengakibatkan penurunan minat pengguna Grab. Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dipaparkan, maka Penulis tertarik melakukan riset yang memiliki judul “ Pengaruh Kualitas Pelayanan, Brand Image Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Grab Di Kota Batam”.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Bersumber dari penjelasan yang telah dipaparkan sebelumnya, peneliti kemudian mengidentifikasi permasalahan-permasalahan yang dapat dibagi menjadi berikut ini:

1. Sudah banyak moda transportasi yang menawarkan pelayanan serupa mengakibatkan persaingan semakin ketat, sehingga menyebabkan penurunan pembelian jasa Grab.
2. Tingkat kepiawaian supir driver yang kurang mahir dalam membaca peta menyebabkan tingginya waktu tunggu yang dialami oleh konsumen dalam menggunakan layanan ini.
3. Para supir motor mengendarai secara ugal-ugalan.
4. Driver kurang ramah kepada penumpang.
5. Brand image Grab yang akan dirugikan akibat pelayanan driver yang kurang baik seperti ugal-ugalan saat membawa penumpang, kurang ramah, dan lain sebagainya.
6. Promosi yang dilakukan Grab sering tidak dapat digunakan sehingga banyak pelanggan berpindah jasa layanan kepada merek lain

### **1.3 Batasan Masalah**

Beberapa faktor yang dijadikan batasan masalah dalam riset ini antara lain:

1. Lokasi Penelitian dilakukan di kota Batam kecamatan Batu Aji
2. Objek yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah jasa transportasi Grab.
3. Responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah masyarakat yang menggunakan jasa transportasi Grab

### **1.4 Perumusan Masalah**

Berdasarkan penjelasan yang sudah dipaparkan, dapat disebutkan beberapa rumusan masalah dalam penelitian ini :

Apakah ada pengaruh yang ditimbulkan oleh tingkat pelayanan pelanggan pada keputusan pembelian pengguna jasa aplikasi Grab ?

1. Apakah ada pengaruh yang dihasilkan oleh brand image pada keputusan pembelian pelanggan pengguna aplikasi Grab?
2. Apakah ada pengaruh yang dihasilkan oleh promosi pada keputusan pembelian pelanggan pengguna aplikasi Grab?
3. Apakah kualitas pelayanan, brand image dan promosi memiliki pengaruh pada tingkat keputusan pembelian oleh pengguna aplikasi Grab?

### **1.5 Tujuan Penelitian**

Setelah dipaparkan mengenai rumusan masalah, maka dapat dirumuskan tujuan dari penelitian ini:

1. Tingkat pengaruh pada kualitas layanan yang diberikan terhadap keputusan pembelian pengguna aplikasi Grab.
2. Tingkat pengaruh pada brand image yang diberikan terhadap keputusan pembelian pengguna aplikasi Grab.
3. Tingkat pengaruh pada promosi yang diberikan terhadap keputusan pembelian pengguna aplikasi Grab.
4. Tingkat pengaruh kualitas pelayanan, brand image, serta promosi terhadap keputusan pembelian pada aplikasi Grab.

## **1.6 Manfaat Penelitian**

### **1.6.1 Manfaat Teoritis**

Peneliti memiliki beberapa ekspektasi pada hasil dari riset ini dalam pemberian beberapa manfaat berupa wawasan tambahan pada sektor ini.

### **1.6.2 Manfaat praktis**

#### 1. Bagi peneliti

Bagi penulis sendiri sebagai sarana peningkatan pemahaman akan materi yang sudah dipelajari sampai saat ini sehingga dapat menumbuhkan minat dan mendorong perkembangan pengetahuan peneliti mengenai masalah yang terjadi pada sektor jasa transportasi online.

#### 2. Bagi institusi

Peneliti berharap hasil penelitian yang telah dilakukan memberikan manfaat berupa penambahan wawasan sehingga dapat dijadikan sebagai pelajaran dan referensi untuk kedepannya.

#### 3. Bagi perusahaan

Agar bias mengidentifikasi dan mencari solusi akan permasalahan yang terjadi dan menjadi pertimbangan dan dasar pengambilan keputusan untuk kedepannya.

#### 4. Bagi peneliti selanjutnya

Peneliti berharap pada penelitian selanjutnya yang mengusung tema yang mirip untuk dapat mengembangkan variabel yang ditemukan dan sebagai referensi untuk penelitian kedepannya.

