

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Tingkat kemajuan teknologi saat ini mengharuskan para pengusaha untuk memahami dan memanfaatkannya dalam operasional bisnis guna meningkatkan daya saing. Penggunaan internet terus meningkat setiap tahunnya, memungkinkan pengguna untuk mengakses informasi dengan cepat dan melakukan transaksi online kapan pun dibutuhkan. Berdasarkan data riset dari We Are Social pada tahun 2024, pengguna internet usia 16-64 tahun memiliki tingkat penetrasi perangkat sebagai berikut: 96% menggunakan ponsel, 94% menggunakan smartphone, 21% menggunakan ponsel non-smart, 66% menggunakan laptop atau komputer, 23% menggunakan tablet, 16% menggunakan konsol game, dan 5,1% menggunakan perangkat realitas virtual (wearesocial.com 11/02/2024).

Gambar 1.1 Pengguna internet di Indonesia



Sumber: <https://inet.detik.com>

Berdasarkan data dari We Are Social pada tahun 2024, jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 175,4 juta dari total populasi 272,1 juta jiwa,

menunjukkan bahwa lebih dari separuh penduduk Indonesia telah mengakses internet (64%).

Dengan meningkatnya penggunaan internet di kalangan masyarakat, bermunculan berbagai layanan online, termasuk layanan transportasi online yang semakin populer. Layanan transportasi online seperti Grab menjadi pilihan utama karena harganya yang terjangkau dan penentuan harga yang akurat berdasarkan jarak tempuh, tidak seperti taksi konvensional atau ojek motor. Layanan ini sangat efektif terutama di kota-kota yang mengalami masalah transportasi umum, seperti Kota Batam.

Grab, tercipta dari Singapura dan masuk ke Indonesia tahun 2014, berhasil mencuri perhatian yang signifikan dari khalayak (Sofyan, 2021). Penggunaan aplikasi Grab cukup sederhana: pengguna mengunduh aplikasi, tersedia di App Store bagi pengguna iPhone, memasukkan informasi pribadi, dan memilih layanan yang diinginkan. Grab menawarkan dua opsi pembayaran: tunai dan non-tunai, dengan tarif yang dihitung berdasarkan kilometer yang tertera di aplikasi pada layar ponsel pengguna. Pembayaran non-tunai dapat dilakukan melalui Ovo, Grabpay, kartu kredit, atau kartu debit, memberikan kemudahan bagi pengguna yang tidak selalu membawa uang tunai.

Memastikan kepuasan pelanggan menjadi prioritas utama Grab dengan mengedepankan fitur keamanan dalam aplikasi mobile mereka. Fokus ini sangat penting untuk mempertahankan loyalitas pengguna (Sutisna, 2020). Keamanan tetap menjadi perhatian utama bagi konsumen, mengingat beberapa masalah seperti pengguna jalan yang tidak mematuhi rambu lalu lintas berpotensi mengakibatkan kecelakaan atau insiden lain yang tidak diinginkan, yang

berdampak pada kepercayaan pengguna.

Kepercayaan pelanggan merupakan elemen kunci dalam interaksi bisnis. Kepercayaan ini bergantung pada kemampuan untuk memenuhi harapan pelanggan; kegagalan dalam hal ini dapat merusak kepercayaan dan mengurangi loyalitas (Nahdya Pingkan Ettah, 2019). Masalah seperti pengemudi yang menggunakan kendaraan dengan nomor plat berbeda atau tidak mengenakan seragam resmi Grab dapat lebih lanjut mengurangi kepercayaan, memicu kekhawatiran akan keselamatan atau persepsi ketidakjujuran. Meskipun dilengkapi dengan pemantauan GPS untuk meningkatkan keamanan, koneksi internet yang tidak stabil atau faktor lain masih dapat menimbulkan kecemasan bagi pengguna. Selain itu, e-service quality berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas berikutnya (Pavlou & Gefen, 2004; Chang et al., 2009; Sheng & Liu, 2010). Grab terus berupaya mempertahankan loyalitas pelanggan melalui diskon promosi dan insentif lainnya, namun tantangan tetap ada, termasuk kasus di mana pengemudi meminta pembatalan tanpa konsultasi terlebih dahulu dengan penumpang, yang dapat berdampak negatif pada kualitas layanan dan loyalitas (Putri & Utomo, 2017). Secara keseluruhan, Grab terus mengembangkan layanan mereka untuk meningkatkan pengalaman dan kepuasan pengguna. Namun, menjaga standar tinggi dalam hal kualitas layanan dan keamanan tetap krusial untuk mempertahankan kepercayaan dan loyalitas pelanggan di tengah persaingan yang ketat dalam sektor transportasi online.

Tabel 1.1 Layanan Grab

Keterangan	Persentase
Keterjangkauan tarif	53%
Keamanan	44%
Kehandalan layanan	45%
Keramahan	47%
Kenyamanan	47%

Sumber: <https://ryo-ga.net>

Menurut survei yang dilakukan oleh ryo-ga.net antara Februari dan April 2019 dengan 625 responden, hasil menunjukkan bahwa 53% responden merasa tarif Grab terjangkau, 44% menganggap layanan ini aman, 45% menyebutkan kehandalan layanan, sementara 47% menilai tingkat keramahan dan kenyamanan layanan tersebut. Namun, survei juga menunjukkan masih adanya kekurangan dalam pelayanan Grab, terutama terkait aspek keamanan. Pelanggan sering kali menghadapi risiko seperti kecelakaan lalu lintas, pelecehan seksual, dan tindakan kriminal lainnya

1.2. Identifikasi Masalah

Berikut adalah identifikasi masalah yang peneliti ambil berdasarkan latar belakang:

1. Ada driver dengan nomor polisi yang tidak sesuai dengan yang tertera di dalam tanda pengenalan, yang dapat mengurangi kepercayaan pelanggan.
2. Loyalisasi pelanggan Grab menurun karena seringkali driver membatalkan pemesanan dengan alasan jarak penjemputan yang jauh.
3. Beberapa driver kurang memahami navigasi sehingga menyebabkan pelanggan harus menunggu lebih lama.

1.3. Pembatasan Masalah

Berdasarkan penjelasan sebelumnya, penelitian ini difokuskan pada analisis Keamanan, Kepercayaan, dan E-Service Quality terhadap Loyalitas Pelanggan Grab di Kota Batam

1.4. Rumusan Masalah

Ada beberapa perumusan masalah yang penulis ambil berdasarkan konteks yaitu:

1. Bagaimana pengaruh kualitas keamanan terhadap tingkat loyalitas pelanggan Grab di Kota Batam?
2. Seberapa besar pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan Grab Kota Batam?
3. Apakah kualitas layanan elektronik (e-service) berpengaruh terhadap tingkat loyalitas pelanggan di Kota Batam?
4. Bagaimana pengaruh secara simultan dan bersama-sama dari kualitas keamanan, kepercayaan, dan e-service terhadap loyalitas pelanggan Grab di Kota Batam?

1.5. Tujuan Penelitian

Berikut adalah beberapa tujuan penelitian berdasarkan pada latar belakang dan rumusan masalah:

1. Untuk mengidentifikasi pengaruh keamanan terhadap tingkat loyalitas pelanggan Grab di Kota Batam.
2. Untuk mengevaluasi pengaruh kepercayaan terhadap tingkat loyalitas pelanggan Grab di Kota Batam.
3. Untuk menilai pengaruh e-service quality terhadap tingkat loyalitas pelanggan Grab di Kota Batam.

4. Untuk menyelidiki pengaruh secara simultan dari keamanan, kepercayaan, dan e-service quality terhadap tingkat loyalitas pelanggan Grab di Kota Batam.

1.6. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam bidang pendidikan khususnya dalam ilmu manajemen, serta menjadi sumber referensi bagi penelitian-penelitian yang berkaitan di masa yang akan datang.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Hasil dari penelitian ini dapat meningkatkan pengetahuan dan wawasan bagi penulis dalam topik yang telah dibahas.

b. Bagi Perusahaan/Instansi

penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan untuk mengupgrade peningkatan keamanan kepada pelanggan, membangun kepercayaan pelanggan, serta meningkatkan e-service quality melalui peningkatan dalam layanan aplikasi Grab.

c. Bagi Universitas

Hasil penelitian ini semoga dapat menjadi salah satu sumber acuan dan panduan untuk penelitian lanjutan di bidang yang sama di lingkungan akademis universitas.

d. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini semoga bisa menjadi bahan sumber referensi bagi peneliti selanjutnya dalam melanjutkan penelitian terkait topik ini, serta memberikan arah dan wawasan baru dalam eksplorasi lebih lanjut. Dengan demikian, manfaat dari penelitian ini mencakup kontribusi baik secara teoritis maupun praktis, yang diharapkan dapat memberikan dampak positif bagi berbagai pihak terkait.