

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Profil dan Sejarah PT GRAB Indonesia

Grab adalah Perusahaan teknologi asal Malaysia yang berkantor di Singapura yang menyediakan aplikasi layanan transportasi angkutan umum meliputi kendaraan bermotor roda 2 maupun roda 4. Perusahaan Grab hanya perusahaan teknologi yang meluncurkan Aplikasi saja dan untuk kendaraannya sendiri adalah kendaraan milik mitra yang sudah bergabung di PT Grab Indonesia.



Gambar 1. 1 Logo PT Grab

Sumber: Grab.com, 2020

Transportasi kini sudah menjadi kebutuhan mendasar bagi kaum urban. Saat ingin menembus kemacetan Ibu Kota. Pesatnya perkembangan teknologi, dapat membantu masyarakat ketika tetap membutuhkan transportasi nyaman, tetapi sedang malas memacu kendaraan pribadi, mobil-mobil nyaman bisa dipanggil hanya dengan sentuhan pada layar ponsel pintar. Kehadiran teknologi yang pesat terhadap transportasi memang telah menjadi fenomena.

Grab atau yang sebelumnya dikenal sebagai GrabTaxi adalah sebuah perusahaan yang berasal Singapura yang melayani aplikasi penyedia transportasi dan tersedia di enam negara di Asia Tenggara, yakni Malaysia, Singapura, Thailand, Vietnam, Indonesia, dan Filipina. Grab memiliki visi untuk merevolusi industri pertaksian di Asia Tenggara, sehingga dapat memberikan keamanan dan kenyamanan bagi pengguna kendaraan seantero Asia Tenggara.

Grab merupakan *platform* pemesanan kendaraan terkemuka di Asia Tenggara. Grab menjawab sejumlah tantangan transportasi yang krusial dan mewujudkan kebebasan transportasi bagi 620 juta orang di Asia Tenggara. Grab bermula dari aplikasi pemesanan taksi pada 2012, yang kemudian mengembangkan platform

produknya termasuk layanan pemesanan mobil sewaan dan ojek. Layanan Grab ditujukan untuk memberikan alternatif berkendara bagi para pengemudi dan penumpang yang menekankan pada kecepatan, keselamatan dan kepastian. Sebagai bagian dari budaya inovatifnya, Grab saat ini tengah melakukan uji coba beberapa layanan baru seperti *carpooling* serta layanan pesanantar makanan.

Dengan aplikasi Grab calon penumpang dapat dengan mudah mencari driver untuk menuju ke lokasi tujuan, sehingga kita tidak perlu menunggu waktu yang lama untuk mendapatkan transportasi yang diperlukan. Grab didirikan pada tahun 2011 di Malaysia dan untuk pendiri Grab adalah Anthony Tan bersama rekannya Tan Hooi. Dari tahun 2011 sampai saat ini tahun 2017 Grab berkembang pesat dan menjadi salah satu Penyedia aplikasi transportasi online di Indonesia.

Kurang dari setahun, berbagai layanan yang mengandalkan aplikasi terbentuk dalam diversifikasi beragam fitur. Mulai dari layanan angkut penumpang, pengiriman barang, hingga beli dan antar makanan berhasil dikembangkan. Bahkan, demi 48 menjaga eksistensinya, Grab mantap melakukan rebranding dan pergantian logo dengan alasan sederhana, yakni mewakili segala fitur layanan. Layanan yang awalnya dikenal dengan Grabtaxi berubah hanya menggunakan kata 'Grab'. Perubahan nama tersebut juga mewakili ragam layanan yang diberikan bagi pengguna. Dengan mengadopsi konsep *economic sharing* Grab berkembang di Indonesia berkat bantuan para mitra. Pada prinsipnya, Grab akan terus berkembang beriringan dengan para mitra pengemudi. Hingga bulan Maret 2015, jumlah pengguna Grab mencapai 3,8 juta pengguna. Grab tersedia untuk sistem operasi Android, dan iOS.

Bisnis tanpa kekompakan dan kerja sama tim akan menjadi hal yang sia-sia. Di Indonesia, Grab tumbuh subur sebagai transportasi andalan di lima kota besar, yakni Jakarta, Denpasar, Surabaya, Bandung, dan Padang. Tentu keberhasilan tersebut akan segera ditularkan ke kota besar lainnya. Keberadaan Grab juga sudah mulai tersebar di negara Asia Tenggara. Hingga kini, Grab sudah memiliki lebih dari 300 ribu mitra pengemudi dan 15 juta penduduk di Asia Tenggara.

Perkembangan Grab di Indonesia memang bertahap. Mulai dari muncul dengan nama Grabtaxi, kemudian berganti nama hingga logo. Semua kami jalani secara bertahap. Dulu masyarakat mengenal kami dengan Grabtaxi, tetapi sekarang kami hadir lebih lengkap dengan beragam layanan. Alasan kami membuat beragam servis

karena masyarakat merespons transportasi daring sebagai kebutuhan. Itu sebabnya, perkembangannya begitu pesat. Grabcar dan GrabBike di Indonesia tumbuh lebih dari 250 kali sejak pertengahan 2015 ini, layanan penyewaan mobil 49 pribadi dan ojek online menjadi bagian besar dari bisnis Grab secara keseluruhan, yang juga meliputi pemesanan taksi dan layanan kurir.

Indonesia telah menjadi pasar terbesar Grab berdasarkan jumlah perjalanan yang diselesaikan seluruh *platform*. Grab secara khusus memfokuskan bisnisnya di Jakarta, yang didiami oleh lebih dari 30 juta penduduk dimana Grab memberikan layanan ojek. Grab juga berencana untuk melakukan ekspansi platform multi-layanannya ke lebih dari delapan megacity di luar kota Jakarta, dengan total populasi sebesar 38 juta. Indonesia merupakan negara keempat terbesar dari segi populasi, dengan total penduduk lebih dari 250 juta. Grab menawarkan pilihan layanan pemesanan kendaraan terbanyak di sebagian besar pasar di Asia Tenggara, yang telah diunduh di lebih dari 17 juta perangkat dan 320,000 pengemudi di 30 kota di seluruh Singapura, Indonesia, Filipina, Malaysia, Thailand dan Vietnam.

1.1.2 Bidang usaha perusahaan

Saat ini Grab menawarkan 7 jenis layanan, meliputi transportasi penumpang dan antar barang untuk melayani kebutuhan dari konsumen di Indonesia.

- a. GrabBike Adalah layanan penyewaan kendaraan sepeda motor online untuk konsumen yang ingin cepat sampai tujuan.
- b. GrabCar Adalah layanan penyewaan kendaraan pribadi atau mobil dengan supir yang mengutamakan kenyamanan dalam perjalanan.
- c. GrabFood Adalah layanan pesan antar makanan, dan konsumen hanya menunggu datangnya makanan sesuai pesanan.
- d. GrabDelivery Adalah layanan kurir barang yang berbasis aplikasi mengutamakan kecepatan dan keamanan barang konsumen.
- e. GrabRent Adalah layanan rental mobil berbasis aplikasi kendaraan tersebut diantar kepada konsumen.
- f. GrabHealth Adalah layanan kesehatan, konsumen hanya memesan obat dengan aplikasi dan diantarkan sesuai tujuan.
- g. GrabWheels Adalah layanan transportasi scooter, konsumen menyewa sebuah scooter sesuai zona daerah yang ditentukan.

1.1.3 Visi dan Misi perusahaan

Visi

Visi Grab adalah untuk “Menjadi yang terdepan di Asia Tenggara” dengan memecahkan permasalahan transportasi yang ada serta memberikan kemudahan mobilitas pada 620 juta orang di Asia Tenggara setiap harinya.

Misi

- a. Membuat platform transportasi yang paling aman.
- b. Membuat semua orang dapat mengakses pelayanan transportasi yang baik.
- c. Meningkatkan taraf hidup mitra Grab.

1.2 Latar Belakang

Seiring dengan berkembangnya zaman yang semakin cepat dan kemajuan perekonomian yang lebih makmur, perubahan social budaya masyarakat, serta perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang canggih, sarana transportasi serta komunikasipun semakin maju dan mudah sehingga membuat aktivitas manusia semakin cepat dan praktis. Di era *modern* ini teknologi dan komunikasi berkembang dengan sangat pesat dan tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia, kedua hal tersebut sangat penting untuk mempermudah pekerjaan. Manusia saat ini mempunyai aktivitas yang beragam dan untuk melakukan aktivitas tersebut memerlukan adanya transportasi sebagai alat bantu untuk mempermudah dalam melakukan aktivitasnya.

Perkembangan zaman yang makin maju, semakin hari manusia semakin kreatif dan inovatif menciptakan bisnis baru, terutama bisnis yang menyediakan jasa transportasi. Karena manusia pada zaman sekarang membutuhkan transportasi yang cepat, nyaman, aman dan mudah ditemukan. Di daerah perkotaan Indonesia seperti kota Bandung khususnya yang penduduk dan lumayan padat, dan masyarakat banyak yang menggunakan kendaraan pribadi sehingga memicu terjadinya kemacetan. Membuat masyarakat yang menggunakan transportasi umum menjadi jenuh ketika menghadapi kondisi kemacetan yang terjadi.

Permasalahan transportasi yang beremunculan, semakin banyak pula bisnis sektor jasa transportasi yang berpeluang untuk berbisnis, seperti bisnis dalam skala besar taxi, bus sampai skala kecil motor, angkot ataupun ojek pangkalan. Untuk memenuhi kebutuhan akan jasa transportasi tersebut, perlu adanya penyedia jasa yang memberikan pelayanan yang tidak hanya baik dan berkualitas tetapi juga inovatif.

Sehingga perusahaan jasa transportasi membuat inovasi yang mempermudah masyarakat serta mempersingkat waktu perjalanan, yaitu dengan menghadirkan ojek *online* di tengah-tengah masyarakat.

Grab masuk ke Indonesia 2012 dengan menyediakan transportasi online roda 2 dan 4. Sejak 2012 hingga 2020 saat ini, Indonesia termasuk pengguna transportasi online terbesar se-Asia Tenggara, sehingga semakin ketat bisnis transportasi online dari beberapa perusahaan terbesar di Indonesia. Jawa Barat termasuk kawasan padat masyarakat dengan ibu kota Bandung. Kota Bandung termasuk wilayah masyarakat terbesar dibandingkan dengan Cimahi, Purwokarta dan wilayah Jawa Barat lainnya.

Saat ini, transportasi berbasis *online* di Bandung sudah terdiri dari 2 penyedia layanan seperti Grab dan Gojek. Para penyedia layanan bersaing untuk memberikan kualitas pelayanan yang terbaik agar kepuasan pelanggan dapat terpenuhi. Di bawah ini adalah perbandingan penyedia layanan transportasi berbasis *online* di Bandung yang tercantum pada tabel 1.1 :

TABEL 1. 1

PERBANDINGAN PENYEDIA LAYANAN TRANSPORTASI ONLINE DI BANDUNG

No	Nama	Tahun Beroperasi di Bandung	Metode Pembayaran	Sistem Tarif	Rincian Tarif
1	Go-Ride (PT. Go-Jek Indonesia)	2016	Tunai dan Non Tunai (Melalui Go-Pay)	Tarif progresif sesuai kilometer yang ditempuh	Tarif per kilometer Rp 1.750, tarif Jam sibuk Rp 2.500.
2	Grab bike (PT. Solusi Transportasi Indonesia)	2016	Tunai dan Non Tunai (Melalui OVO)	Tarif datar sesuai Perhitungan kilometer pada Aplikasi	Tarif minimum Rp 1.750, tarif jam sibuk Rp 2.500

Sumber : infokomputer.com, 2020

Berdasarkan tabel 1.1 dapat diketahui perbandingan penyedia layanan transportasi *online* di Bandung terdapat dua jenis yaitu Go-ride dan Grab bike. Perbandingan tersebut dilihat berdasarkan tahun beroperasi, metode pembayaran, sistem tarif dan rincian tarif.

1. Tahun beroperasi

Jika dilihat dari tahun beroperasi di Bandung, Go-ride yang berasal dari PT. Go-Jek Indonesia mulai beroperasi pada tahun 2016. Hal ini sama dengan Grab bike, namun lebih maju beberapa bulan dibandingkan Go-ride.

2. Metode pembayaran

Jika dilihat dari metode pembayaran, Go-ride menerima transaksi secara tunai dan non tunai (Go-Pay). Go-Pay adalah saldo kredit yang dimiliki oleh pengguna aplikasi Go-Jek. Mereka dapat melakukan deposit saldo melalui ATM, *mobile banking* dan *internet banking*. Hal ini sama dengan metode pembayaran Grab bike yang menerima transaksi secara tunai dan non tunai (OVO). Namun, pada non tunai (OVO) sistemnya menerima debit dan kredit dengan Mastercard dan VISA.

Grab mempunyai Visi dan Misi yang sangat menjunjung tinggi akses pelayanan nyaman konsumen, keselamatan dan kecepatan hingga sampai tujuan. Tetapi masih ada juga komplain dan keluhan dari pihak konsumen yang tidak merasa nyaman dengan Grab Bike karena Driver itu sendiri memberikan pelayanan yang kurang enak kepada konsumen, sehingga konsumen mengeluh ke pihak Grab atau pihak Driver. Banyak sekali keluar masuknya keluhan yang dialami oleh konsumen untuk Driver Grab Bike yang tidak memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen. Berikut adalah keluhan keluhan dari konsumen atau penumpang Grab Bike.

TABEL 1. 2
KELUHAN PELANGGAN MELALUI INSTAGRAM

No	Akun pelanggan	Keluhan
1	Yogi_prasetyovx	Pembayaran menggunakan OVO sering gangguan
2	Outja	Saya tidak bisa menghubungi call centre.
3	Siennyindrawan	Saya pesan GrabCar namun yang datang taxi express, kemudian dikenakan argo.
4	Qyusindira	Saya baru saja dapat supir grab yang nyolotin dan kaca mobil sangat gelap, tidak sesuai standar mobil. Selain itu, perilaku yang tidak sopan dari supir karena sendawa sesukanya.
5	Randydhm	Dicancel sama driver.
6	Diankhasanah	Driver yang datang beda dengan di aplikasi jadi merasa takut.
7	Usagicca	Drivernya sering melanggar lampu merah, jadi takut kalau ketilang
8	Hartianisa	Pernah naikgrabcar supirnya gk ramah sombong.
9	Itssal_24	Dapat supir yang sombong saat pulang pergi.
10	Kurnia.aji_	Dapat driver yang gamau jemput sesuai titik penjemputan

Sumber : Akun Instagram Resmi Grab Indonesia (grabid), 2020

Setelah mengetahui bahwa masih terdapat keluhan di media sosial mengenai

pelayanan Grab bike secara umum, maka peneliti melakukan survei awal kepada 40 responden untuk mengetahui tanggapan responden yang telah menggunakan layanan Grab bike di Bandung melalui penyebaran kuesioner. Berikut ini adalah hasil dari survey terhadap konsumen grab bike di Bandung.

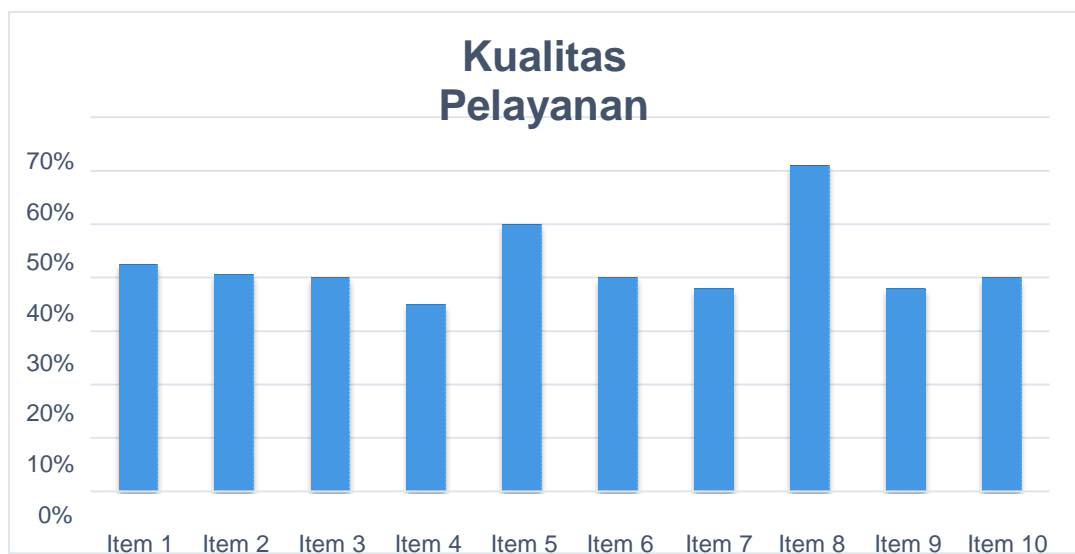
TABEL 1. 3
HASIL PRAKUESIONER

Item	Indikator	SS	S	RG	TS	STS
1.	Pengemudi membawa kendaraanya dengan tidak baik, sehingga sering kali minuman tumpah atau makanann berantakan	5%	42,5%	22,5%	27,5%	2,5%
2.	Pengemudi membawa kendaraan dengan baik, sehingga makanan 15ating dengan selamat	39%	40,5%	20,5%	0%	0%
3.	Pengemudi sering menolak orderan konsumen dengan berbagai banyak alasan	0%	35%	40%	22,5%	2,5%
4.	Pengemudi lebih sering menerima orderan konsumen	35%	35%	15%	15%	0%
5.	Sulit mendapatkan pengemudi pada saat pagi hari dan malam hari	12,5%	50%	20%	12,5%	5%
6.	Mudah untuk mendapatkan pengemudi pada saat pagi hari ataupun malam hari	0%	25%	40%	20%	15%
7.	Pengemudi tidak mau menjemput dititik penjemputan dengan berbagai alasan	2,5%	37,5%	32,5%	20%	7,5%
8.	Pengemudi selalu menjemput sesuai titik penjemputan	5%	60,5%	20%	14,5%	0%

9.	Pengemudi yang menjemput tidak sesuai dengan aplikasi	7,5%	32,5%	37,5%	20%	2,5%
10	Pengemudi penjemput sesuai dengan Aplikasi	10%	35%	15%	40%	0%

Sumber: Olahan peneliti,2020

Dari hasil prakuesioner yang ada ditabel diatas, akan dirangkum dalam sebuah chart untuk mempermudah peneliti menyimpulkan hasil dari prakuesioner, berikut rangkuman hasil prakuesioner tentang kualitas pelayanan:



Grafik 1.1 Hasil Prakuesioner Kualitas Pelayanan

Sumber: Hasil olahan peneliti, 2020

Dari grafik 1.1 variable kualitas pelayanan diatas, hasil paling tinggi ada pada item 8 yang menyatakan “Pengemudi selalu menjemput sesuai titik penjemputan” sebesar 61%, hal ini menunjukkan bahwa pengemudi melakukan penjemputan *customer* sesuai titik penjemputan yang sudah dtentukan oleh *customer*. Dan untuk hasil paling rendah ada pada item 4 sebesar 37,5% yang menyatakan “Pengemudi tidak mau menjemput dititik penjemputan dengan berbagai alasan” dapat disimpulkan bahwa masih sebagian kecil saja pengemudi yang terkadang tidak dapat menjemput customer sesuai titik penjemputan yang ditetapkan *customer*, kemudian hasil paling rendah juga ada pada item 5 sebesar 37,5% yang menyatakan “Pengemudi yang menjemput tidak sesuai dengan aplikasi” hasil ini dapat disimpulkan bahwa sebagian

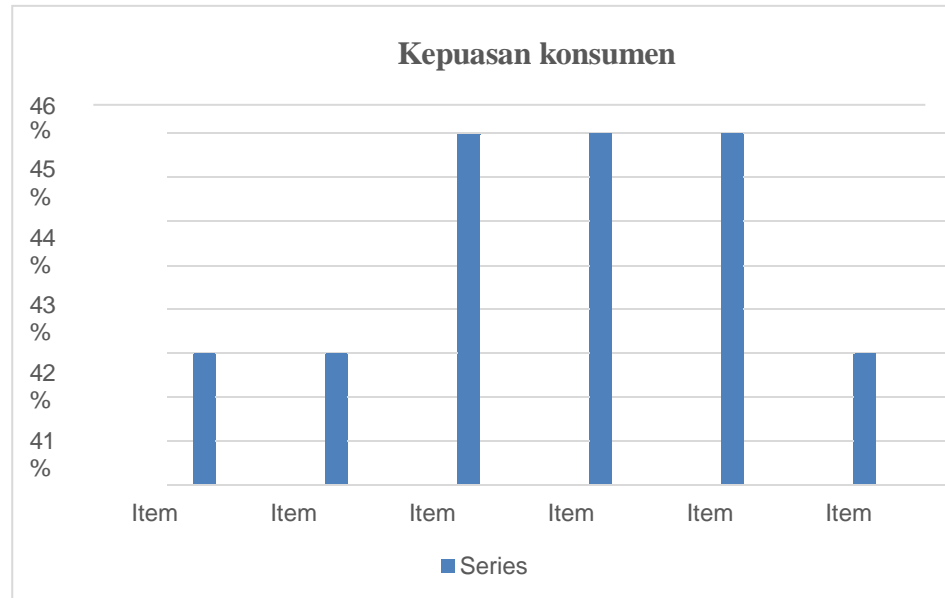
dari profil pengemudi yang ada pada aplikasi berbeda dengan profil pengemudi aslinya.

TABEL 1. 4
HASIL PRAKUESIONER

No	Indikator	SS	S	RG	TS	STS
1.	Pelayanan driver tidak sesuai yang diharapkan	2,5%	30%	40%	27,5%	0%
2.	Pelayanan driver sesuai dengan yang diharapkan	25%	40%	20%	10%	5%
3.	Lebih puas dengan aplikasi yang sejenis	10%	45%	40%	5%	0%
4.	Tetap puas dengan aplikasi grab	25%	45%	30%	0%	0%
5.	Tidak adanya atau tidak meresponnya untuk memberikan kritik atau saran	7,5%	35%	45%	12,5%	0%
6.	Didalam aplikasi grab menyediakan fitur untuk memberikan saran dan kritik	40%	40%	20%	0%	0%

Sumber: Hasil olahan peneliti, 2020

Dari hasil prakuesioner yang ada pada tabel diatas, akan dirangkum dalam sebuah chart untuk mempermudah peneliti menyimpulkan hasil dari prakuesioner, berikut rangkuman hasil prakuesioner tentang kepuasan konsumen dibawah ini:



Grafik 1.2 Hasil Prakuesioner Kepuasan Konsumen

Sumber: Hasil olahan peneliti, 2020

Dari hasil prakuesioner yang ada diatas, dapat disimpulkan bahwa angka paling tinggi ada pada item 2 sebesar 45% yang menyatakan “Lebih puas dengan aplikasi yang sejenis” hal ini menunjukkan besarnya pengguna grab bike memiliki dua aplikasi yang sejenis dan menyatakan lebih puas dengan aplikasi pesaing grab, kemudian ada item 3 sebesar 45% juga yang menyatakan “Tidak adanya atau tidak meresponnya untuk memberikan kritik atau saran” sebagian besar pengguna grab bike memilih ragu-ragu untuk memberikan saran kepada pengemudi, dan item nomor 5 juga sebesar 45% yang berbunyi “Tidak adanya atau tidak meresponnya untuk memberikan kritik atau saran”. Dan hasil terendah pada item 1 sebesar 40% yang menyatakan bahwa “Pelayanan driver tidak sesuai yang diharapkan” dapat disimpulkan bahwa harapan konsumen yang ingin mendapatkan pelayanan yang berkualitas belum terpenuhi. Kemudian item 2 juga sebesar 40% yang berbunyi “Pelayanan driver sesuai dengan

yang diharapkan” dan item 6 sebesar 40% yang menyatakan “Didalam aplikasi grab menyediakan fitur untuk memberikan saran dan kritik”

Karena beberapa masalah kurang baiknya pelayanan dari pengemudi grab yang dialami oleh konsumen grab seperti tabel diatas dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Hal ini menjadi alasan penulis untuk membuat penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Konsumen terhadap Grab Bike di Kota Bandung”**. Berdasarkan hasil penelitian diatas dapat diambil dari beberapa keluhan konsumen Grab Bike di Kota Bandung, melalui beberapa pra kuesioner dari pihak konsumen Grab Bike. Penulis memilih di Kota Bandung karena peneliti sedang melaksanakan *study* di Bandung, sehingga dapat mempermudah peneliti melakukan penelitian, efektifitas waktu dan penghematan biaya untuk menyelesaikan penelitian ini.

1.3 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a) Bagaimana kualitas pelayanan pada Grab Bike di kota Bandung?
- b) Bagaimana kepuasan konsumen pada Grab Bike di kota Bandung?
- c) Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Grab bike Bandung?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a) Untuk mengetahui kualitas pelayanan kepuasan konsumen Grab Bike di kota Bandung
- b) Untuk mengetahui kepuasan konsumen pada Grab Bike di kota Bandung
- c) Untuk mengetahui seberapa besar kualitas pelayanan kepuasan konsumen Grab Bike di kota Bandung

1.5 Kegunaan Penelitian

Penulis berharap penelitian ini dapat berguna bagi pihak-pihak yang terkait dengan objek penelitian dan pihak lain sebagai berikut:

h. Kegunaan Teoritis

Penulis berharap hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangan berupa wawasan teoritik khususnya Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Konsumen terhadap Grab Bike di Kota Bandung.

i. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan berguna dari berbagai pihak, khususnya pihak yang terhaik dengan penelitian ini sebagai berikut:

1) Peneliti

Hasil penelitian ini menjadi bahan refrensi bagi peneliti lain yang melakukan penelitian mengenai Pengaruh Kualitas layanan dan Kepuasan Konsumen terhadap Grab Bike di Kota Bandung.

2) Perusahaan

Perusahaan dapat mempelajari penelitian ini dan dijadikan bahan masukan untuk mengetahui seberapa efektif Kualitas Layanan dan Kepuasan Konsumen terhadap Grab Bike di kota Bandung.

3) Akademik

Penulis berharap penelitian ini dapat dijadikan refrensi dan memberikan kontribusi untuk penelitian selanjutnya yang mengangkat tema yang sama.

1.6 SISTEMATIKA PENELITIAN

Dalam penelitian ini, pembahasan dan penyajian dibagi menjadi lima bab yang akan disusun dengan materi sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan. **BAB II**

TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN

Bab ini terdiri dari rangkuman teori, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian, dan ruang lingkup penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini terdiri dari jenis penelitian, variabel operasional, tahapan penelitian, populasi dan sampel, pengumpulan data, uji validitas dan reabilitas, serta teknik analisis data. Pada bab ini juga akan dijelaskan metode yang akan digunakan oleh penulis pada penelitian ini.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas analisa data-data yang telah penulis dapatkan dari penelitian dengan menggunakan metode analisis yang telah diterapkan sebelumnya.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan akhir penelitian serta saran-saran untuk objek penelitian ataupun pihak-pihak terkait.