

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi dan informasi dewasa ini berkembang sangat pesat. Kemudahan akses dan penyebaran informasi dapat terjadi bahkan dalam hitungan detik. Kecanggihan alat komunikasi di era globalisasi sekarang ini memungkinkan hal tersebut dapat terjadi. Perkembangan tersebut juga menciptakan peluang usaha yang sangat menjanjikan. Dengan kemajuan teknologi dan informasi sekarang ini, banyak usaha-usaha bermunculan dengan inovasi-inovasinya atau biasa dikenal dengan *start up*. Kebanyakan dari usaha-usaha sekarang ini mengaplikasikan kemajuan teknologi dan transfer informasi untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen-konsumennya khususnya dalam perusahaan yang bergerak di bidang jasa (Setyaji & Ngatno, 2016).

Di Indonesia banyak sekali lokasi yang berpotensi berkembangnya jasa transportasi online, salah satunya yaitu Denpasar Barat. Dimana Denpasar Barat merupakan salah satu pilihan daerah yang memiliki potensi dalam perkembangan bisnis transportasi, terutama Gojek dan Grab. Salah satu alasannya karena dekat dengan banyak sekolah-sekolah dan banyak kuliner di daerah tersebut. Gojek dan Grab adalah transportasi online paling terkenal di pasaran Indonesia. Hampir kedua Gojek segaris ini memiliki fungsi service (layanan) yang serupa dan harga bersaing dalam kategori aplikasi transportasi.

Transportasi merupakan bisnis yang sangat potensial pengoprasiaannya, terutama dengan perkembangan teknologi komunikasi mendorong salah satu sektor perusahaan dengan pasar yang besar. Teknologi dalam jasa transportasi dapat mempengaruhi minat konsumen dan pelanggan. Sekarang mulai mengembangkan transportasi masyarakat yang menggunakan aplikasi atau bisa disebut transportasi online. Sebagai pemilik dari manajer atau manajemen perusahaan seharusnya sudah memiliki konsep, tujuan atau strategi pengembangan. Perusahaan harus mampu menyediakan produk dengan keunggulan spesifik dan kualitas yang lebih tinggi dibandingkan dengan produk pesaing. Perusahaan jasa ini juga bersaing untuk memberikan layanan dengan kualitas terbaik, terutama dari perspektif kepuasan konsumen dan pemeliharaan loyalitas konsumen dengan tujuan memperluas pangsa pasarnya.

Salah satu faktor yang penting dalam memilih layanan transportasi yang pertama adalah harga, harga menjadi salah satu faktor penting untuk menjaga dan mempertahankan konsumen agar tidak beralih ke layanan transportasi lainnya. Harga semata-mata tergantung pada kebijakan perusahaan tetapi tentu saja dengan mempertimbangkan banyak hal. Murah atau mahalnya harga suatu produk sangat relative sifatnya. Perusahaan harus selalu memonitor harga yang ditetapkan oleh para pesaing, agar harga yang ditentukan oleh perusahaan tersebut tidak terlalu tinggi atau sebaliknya. Menurut (Kotler & Armstrong, 2012) harga adalah jumlah yang dibebankan untuk suatu produk atau layanan. Harga dapat didefinisikan menjadi faktor utama yang dapat memengaruhi pilihan pembeli, harga cukup berperan penting dalam menentukan perilaku pembelian konsumen sebelum menetapkan harga.

Faktor yang kedua yaitu kualitas pelayanan, menurut (Fandy Tjiptono & Chandra, 2012) kualitas pelayanan adalah kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Kualitas layanan juga merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang dipersepsikan (*perceived service*) dengan tingkat pelayanan yang diharapkan (*expected value*). Kualitas layanan memiliki hubungan yang kuat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas layanan memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Menurut (Kotler & Armstrong, 2012) kualitas pelayanan merupakan totalitas dari bentuk karakteristik barang dan jasa yang menunjukkan

kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan, baik yang nampak jelas maupun yang tersembunyi.

Faktor yang ketiga yang mempengaruhi konsumen memilih layanan jasa transportasi online adalah kepuasan konsumen, pengelolaan bisnis harus dilakukan secara profesional dan kegiatan bisnis tersebut harus dapat memberikan kepuasan kepada konsumennya. Perusahaan memang dituntut untuk mengetahui pergeseran kebutuhan dan keinginan konsumen yang hampir setiap saat berubah. Pembeli akan bergerak setelah membentuk persepsi terhadap nilai penawaran, kepuasan sesudah pembelian tergantung dari kinerja penawaran dibandingkan dengan harapannya. Menurut (Umar, 2005) kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan setelah membandingkan antara apa yang diterima dan harapan seorang pelanggan, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama. Dalam menentukan suatu pembelian, harga dianggap sebagai faktor penting yang mempengaruhi kepuasan konsumen, karena ketika menentukan pembelian konsumen tentunya akan melihat berdasarkan harga, dan harga tersebut sesuai dengan kemampuannya. Harga adalah nilai nilai tukar, menurut (Oentoro, 2012) harga dapat disamakan dengan uang atau barang lain yang menguntungkan perorangan atau kelompok dari barang atau jasa pada waktu tempat tertentu.

Pada penelitian yang dilakukan (Isfahila et al., 2018) menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, pada penelitian (Samsul, 2013) menunjukkan bahwa kualitas layanan, harga dan kepuasan konsumen adanya perbedaan yang signifikan, Sedangkan pada penelitian (Resusun et al., 2019) menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan dari kualitas layanan Grab dan Gojek. Pada penelitian (Onibala et al., 2020) menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan pada Gojek dan Grab terdapat perbedaan yang signifikan namun pada kualitas layanan tidak terdapat perbedaan yang signifikan. Penelitian (Azizah, 2010) terdapat perbedaan pada indikator produk pada kepuasan konsumen terhadap pembelian produk garmen di internet dengan di pusat perbelanjaan, (Arianty, 2013) menyatakan Ada perbedaan signifikan antara kualitas pelayanan/ kinerja pasar modern dan pasar tradisional dan pada penelitian (Soge et al., 2021) menyatakan terdapat perbedaan kualitas pelayanan dan harga yang signifikan antara Gojek dan Grab. Pada penelitian menyatakan terdapat perbedaan kepuasan konsumen yang berbelanja berbasis online menggunakan media sosial instagram dan berbelanja secara langsung (offline).

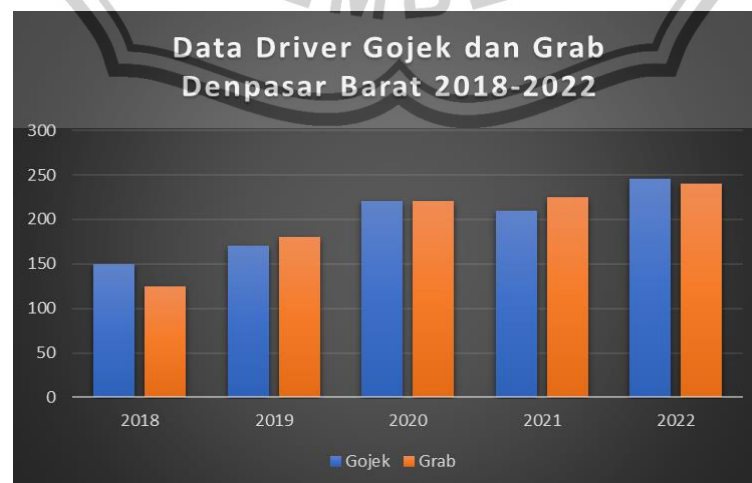
Perkembangan teknologi internet yang terjadipun memberikan perubahan sosial pada masyarakat. Banyak bisnis mulai bermunculan dengan memanfaatkan perkembangan teknologi informasi dimana banyak jasa transportasi yang memanfaatkan kemajuan teknologi yang merupakan jasa transportasi online. Salah satunya adalah kemunculan bisnis penyedia layanan jasa berbasis aplikasi. Salah satu yang menjadi trend saat ini adalah jasa transportasi online seperti aplikasi Gojek dan Grab yang banyak dinikmati masyarakat di Indonesia selain sebagai penyedia jasa transportasi online, Gojek dan Grab juga menyediakan berbagai macam jasa layanan online yang mereka sediakan didalam aplikasi tersebut bertujuan untuk mempermudah segala aktivitas –aktivitas manusia yang dilakukan sehari - hari akan tetapi jasa layanan yang sering digunakan pada aplikasi tersebut ialah Go-ride dan Grabbike. Semakin menjamurnya penikmat dari jasa transportasi online di Indonesia dengan alasan masing-masing yang berdampak pada kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen terhadap perbandingan aplikasi Gojek dan Grab.

Tabel 1.1
Top Brand Jasa Transportasi Online 2021

No	Tahun	Jasa Transportasi	Presentase
1	2017	GoJek	80,8%
		Grab	14,7%
2	2018	GoJek	59,2%
		Grab	28,2%
3	2019	GoJek	44,9%
		Grab	48,0%
4	2020	GoJek	44,6%
		Grab	43,1%
5	2021	GoJek	47,3%
		Grab	43,5%

Sumber : topbrand-award.com

Pada tabel 1.1 dapat kita lihat bahwa pada ajang *Top Brand* jasa transportasi online masih dikuasai oleh dua *brand* yaitu Gojek dan Grab dengan presentase tertinggi di raih oleh Gojek dengan nilai 47,3% di tahun 2021 dan nilai 43,5% di raih oleh Grab. Pada tabel tersebut pula dapat kita lihat bahwa antara Gojek dan Grab saling bersaing di pasar dalam memberikan Jasa transportasi kepada customer. Transportasi online seperti aplikasi Gojek digandrungi oleh banyak orang di Indonesia khususnya di Denpasar Barat. Gojek dan Grab juga menyediakan berbagai layanan seperti jemput antar paket, *Go-Food*, *Go-Pay*, *Go-Car* dan lainnya. Tujuan mereka menyediakan aplikasi ini untuk mempermudah segala aktivitas manusia yang dilakukan setiap hari dari sisi jasa transportasi, tetapi layanan yang sering digunakan dalam aplikasi ini adalah *Go-ride* dan *Grabbike*. Indonesia memiliki banyak penikmat jasa transportasi online khususnya di Denpasar Barat ini sangat banyak baik dari kalangan pelajar, mahasiswa maupun masyarakat sekitarnya, layanan Transportasi online layaknya seperti Grab kurang memberikan pelayanan yang lengkap dalam fitur-fitur yang diberikan melalui aplikasinya, hal ini membuktikan bahwa ada sisi perbedaan antara Gojek dan Grab dari segi fitur pelayanan kepada konsumen. Lokasi Denpasar Barat menjadi tempat penelitian ini dikarenakan jumlah driver Gojek dan Grab pada lokasi tersebut mengalami peningkatan yang cukup drastis pada 5 tahun terakhir, dapat dilihat pada gambar 1.1 berikut.



Gambar 1.1 Data Jumlah Driver Gojek & Grab Denpasar Barat 2018-2022

Sumber : (Dinas Perhubungan Denpasar Bali).

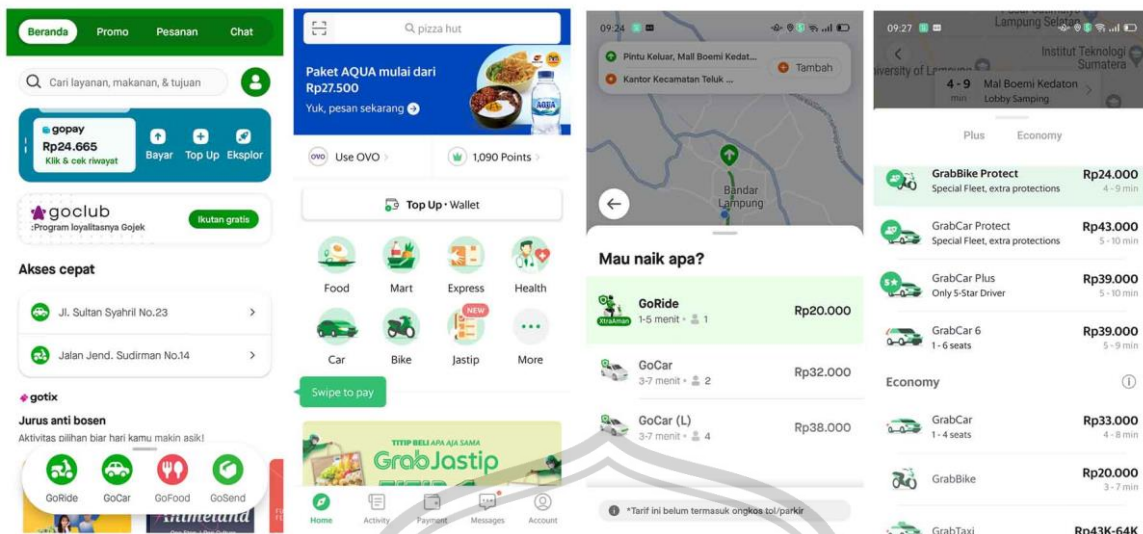
Pada gambar 1.1 dapat kita lihat bahwa jumlah driver Gojek dan Grab Denpasar Barat mengalami peningkatan sejak 5 tahun terakhir, sebesar 60,9 % pada Gojek dan 52 % pada Grab, jika di hitung dari 5 tahun terakhir. Jasa transportasi online Gojek dan Grab selalu mengedepankan kepuasan konsumen agar konsumen dapat menikmati jasa tersebut sehingga menimbulkan persepsi yang baik dibenak konsumen.

Tabel 1.2
Hasil Pra-Survey Mengenai Harga, Kualitas Layanan Dan Kepuasan Konsumen Pengguna Jasa Gojek Dan Grab

No	Pertanyaan	Jawaban			
		Ya	Presentase	Tidak	Presentase
1	Segala kebutuhan akan Jasa tranpostasi terpenuhi melalui Gojek dan Grab	25	83%	5	17%
2	Menggunakan jasa transportai Gojek dan Grab sangat mudah	18	60%	12	40%
3	Disaat membutuhkan jasa transportasi kami pasti memilihi Gojek dan Grab	30	100%	-	-
4	Harga yang ditawarkan Grab dan Gojek sangat terjangkau	10	33%	20	67%
5	Kualitas layanan yang diberikan Grab dan Gojek sangat memuaskan	17	56%	13	44%

Sumber : Data primer diolah, November 2021.

Berdasarkan tabel 1.2 terlihat hasil *pra-survey* yang dilakukan kepada 30 responden konsumen pengguna jasa Gojek dan Grab dimana hasil menunjukkan terdapat 83% konsumen menjawab setuju jika Gojek dan Grab memenuhi kebutuhan mereka dan dan terdapat pernyataan kebutuhan jasa transportasi online pasti menggunakan Gojek dan Grab terdapat 100% konsumen menjawab setuju. Namun dalam hal jasa tranportasi online namun pada pernyataan harga yang ditawarkan Gojek dan Grab terdapat 67% konsumen menjawab tidak setuju, hal ini disebabkan beberapa persaingan kompetitor yang cukup signifikan. Faktor lainnya dapat terjadi karena dari segi kualitas layanan Gojek lebih lengkap dalam soal fitur layanan yang disediakan dalam aplikasinya, sedangkan pada Grab fiturnya masih terbatas, dari segi harga kedua transportasi online Gojek dan Grab *relative* sama namun Gojek lebih unggul dalam menetapkan harga untuk pemesanan Gofood, dari segi kepuasan konsumen dapat dilihat pada rating terbanyak pada aplikasinya lebih unggul pada Gojek hal ini membuktikan bahwa konsumen dapat memberi rating sesuai dengan kepuasan akan transportasi online antara Gojek maupun Grab, hal ini lah yang menjadi alasan peneliti ingin menganalisa perbandingan antara Gojek dan Grab. Hal ini dapat kita lihat pada gambar 1.2 berikut :



Gambar 1.2 Perbedaan Layanan Fitur dan Tarif Harga Gojek dan Grab.

Sumber : www.ojek-online.com

Pada gambar 1.2 dapat kita lihat bahwa fitur layanan yang ada aplikasi Gojek dan Grab terdapat perbedaan dan juga tarif harga yang ditawarkan kedua transportasi online Gojek dan Grab memiliki harga yang berbeda. Berdasarkan fenomena yang ada dapat disimpulkan bahwa harga dan kualitas mempunyai peranan yang sangat penting bagi kepuasan konsumen dan menjadi faktor yang berpengaruh dalam kepuasan konsumen. Tanpa adanya pelayanan yang bermutu dan berkelanjutan, dengan harga yang terjangkau dan dapat dijangkau semua kalangan masyarakat maka perusahaan dalam bidang jasa transportasi akan sulit bersaing dalam usaha sejenis. Berhubungan dengan latar belakang diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “analisis perbandingan harga, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen pengguna jasa transportasi Gojek dan Grab di Denpasar Barat.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan sebelumnya, maka rumusan masalah yang digunakan adalah:

1. Apakah terdapat perbedaan yang signifikan antara harga Gojek dan Grab di Kecamatan Denpasar Barat ?
2. Apakah terdapat perbedaan yang signifikan antara kualitas pelayanan Gojek dan Grab di Kecamatan Denpasar Barat ?
3. Apakah terdapat perbedaan yang signifikan antara kepuasan konsumen Gojek dan Grab di Kecamatan Denpasar Barat ?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai rumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah terdapat perbedaan yang signifikan antara harga Gojek dan Grab di Kecamatan Denpasar Barat.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah terdapat perbedaan yang signifikan antara kualitas pelayanan Gojek dan Grab di Kecamatan Denpasar Barat.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah terdapat perbedaan yang signifikan antara kepuasan konsumen Gojek dan Grab di Kecamatan Denpasar Barat.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi perusahaan diharapkan penelitian ini dapat memberikan informasi dan juga masukan yang berguna bagi perusahaan sehingga dapat merencanakan manajemen yang baik.
2. Bagi penulis diharapkan dapat menambah wawasan dari apa yang dipelajari semasa bangku perkuliahan dan semoga bisa menerapkan teori-teori yang sudah dipelajari.
3. Bagi pembaca diharapkan penelitian ini dapat memberikan referensi untuk penelitian lebih baik lagi kedepannya.

