

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan ilmu pengetahuan khususnya dibidang 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, 2016).

Bertambahnya jumlah penduduk di setiap negara membuat transportasi menjadi kebutuhan mendasar yang harus dipenuhi dalam kehidupan manusia, bahkan saat ini transportasi menjadi salah satu hal yang dapat menopang perekonomian di seluruh dunia. Di Indonesia misalnya, dari keterangan Menteri Dalam Negeri (Mendagri) RI Tito Karnavian diketahui jika jumlah penduduk Indonesia per tahun 2019 telah mencapai angka 269 juta jiwa (<http://jatim.tribunnews.com>). Jumlah masyarakat Indonesia yang sangat banyak inilah yang membuat kebutuhan transportasi di Indonesia menjadi salah satu masalah yang harus dipikirkan, manusia semakin hari semakin kreatif dan inovatif menciptakan bisnis baru, terutama bisnis yang menyediakan layanan transportasi. Karena manusia pada zaman sekarang membutuhkan transportasi yang cepat, nyaman, aman dan mudah ditemukan.

Adanya pemikiran ini membuat perusahaan transportasi berlomba-lomba untuk menyediakan layanan transportasi yang bisa memenuhi kebutuhan konsumen dengan sebaik-baiknya. Dengan demikian, bukan hal yang aneh jika saat ini persaingan diantara perusahaan transportasi semakin tinggi untuk membuat para konsumen merasa puas dengan layanan transportasi yang diberikan. Sedangkan beberapa hal meliputi kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga, biaya dan kemudahan merupakan penentu tingkat kepuasan konsumen (Lupiyoadi dan Hamdani, 2009).

Saat ini transportasi menjadi salah satu sektor bisnis yang potensial untuk dijalankan, terlebih dengan adanya kemajuan teknologi komunikasi, yang mendorong perkembangan bisnis transportasi. Transportasi adalah suatu penyelenggaraan lalu lintas dan angkutan jalan yang memanfaatkan perkembangan ilmu pengetahuan (teknologi) berbasis aplikasi dan baik untuk pemesanan maupun pembayaran. Bisnis transportasi sangat menguntungkan, salah satu indikator yang mudah terlihat adalah begitu cepatnya pertumbuhan para pelaku bisnis transportasi

atau perusahaan sejenis seperti: Go-jek, Grab, Uber, Blue-Jek, Transjek, Ojek Syar'I, dan Bangjek.

Gambar 1.1
Penggunaan transportasi online di Indonesia



(Sumber : Ecommerceiq.asia)

Berdasarkan gambar 1.1 dapat diketahui bahwa survei yang terbaru untuk pengguna ojek online yang dilakukan lembaga riset *ecomerceIQ* (eIQ) yang dipublikasikan pertengahan Februari 2018 Gojek masih menjadi favorit masyarakat Indonesia dalam memilih layanan transportasi online secara daring. Sebanyak 56% orang setiap harinya lebih memilih menggunakan Gojek setiap harinya 33% Grab , 8% Uber dan sisanya 3% transportasi lain, survey ini menghitung suara apabila responden pernah menggunakan layanan transportasi online Gojek dan Grab.

Kabupaten Jember menjadi salah satu pilihan kabupaten yang berpotensi dalam pengembangan bisnis transportasi. Kabupaten Jember selain dikenal sebagai kota pelajar dan merupakan kota pendidikan terkemuka di Jawa Timur, Jember juga dikenal dengan kekayaan pesona alam dan budayanya. Melihat banyaknya pendatang dari berbagai daerah , baik sebagai pelajar maupun wisatawan, membuat kebutuhan mobilitas di Kabupaten Jember semakin meningkat. Hadirnya Go-ride dan Grabbike di Kabupaten Jember memberi kemudahan bagi masyarakat Kabupaten Jember yaitu pelajar, wisatawan, para karyawan, pegawai, pedagang dan masyarakat luas umumnya untuk mendapatkan transportasi dengan cepat, dan selalu bisa datang ke tempat yang mereka inginkan tanpa harus pergi ke jalan raya, tempat umum, terminal maupun pangkalan.

Transportasi online yang pertama kali masuk Kabupaten Jember adalah Gojek yakni pada bulan Agustus 2017, karena banyaknya fasilitas dan pelayanan yang diberikan jasa transportasi ini booming di Kabupaten Jember sehingga memiliki

banyak konsumen. Tidak lama setelah itu muncul juga jasa transportasi Grab yang juga menawarkan fasilitas dan pelayanan yang bagus sehingga dapat menyaingi Gojek.

Tabel 1.1
Perbedaan Go-jek dan Grab

	GOJEK	GRAB
Berdiri pada	Tahun 2010	tahun 2012
Pendiri	Nadiem Makarim	Anthony tan
Dikenal	PT Go-jek Indonesia	PT Grab Indonesia
Diunduh	142 juta	144 juta
Layanan	Go-Ride	Grab Bike
Beroperasi	Beroperasi di 204 Kota	Beroperasi di 178 kota
Armada	Memiliki 2,5 juta driver	Memiliki 9 juta driver

Sumber : (www.gojek.com) (www.grab.com) (www.detik.com)

Di akses pada 7 Oktober 2019

Berdasarkan pada tabel 1.1 tingkat persaingan antara Gojek dan Grab semakin lama semakin ketat, kedua perusahaan ini telah tumbuh dengan pesat baik dari jumlah armada untuk layanan transportasi maupun pengembangan aplikasi yang dimiliki masing-masing perusahaan itu sendiri. Saat ini, aplikasi Go-Jek sudah diunduh hampir 142 juta kali di Google Play Store, selain itu tersedia pula di App Store (iOS). Sebagai pesaing berat Go-Jek di bisnis ini, aplikasi Grab pun telah diunduh hampir 144 juta kali lewat smartphone Android.

Gojek adalah sebuah perusahaan teknologi berjiwa sosial yang melayani jasa angkutan ojek online dengan tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan di Indonesia. Gojek sendiri merupakan salah satu transportasi publik yang sudah berkembang di jember transportasi ini mulai merambah ke Kabupaten Jember pada bulan Agustus tahun 2017. Jasa transportasi ini booming di Jember karena banyaknya fasilitas dan pelayanan yang diberikan.

Grab adalah salah satu perusahaan besar penyedia jasa layanan transportasi online di Indonesia. Sebenarnya Grab merupakan perusahaan asal Singapura yang di ekspansi di Indonesia, perusahaan asal Singapura ini menyediakan layanan transportasi online dengan cakupan yang cukup luas khususnya di wilayah Asia Tenggara. Grab selaku penyedia layanan transportasi online juga memberikan pelayanan yang menjamin kepuasan pelanggannya. Ada berbagai fasilitas dan pelayanan hingga asuransi yang diberikan oleh Grab dalam melayani pelanggannya

Gojek dan Grab juga melakukan inovasi dengan mengembangkan fitur yang ditawarkan selain layanan transportasi juga saat ini berusaha memenuhi kebutuhan gaya hidup dan logistik di dalam satu aplikasi. Seperti Go-Jek yang menambahkan

layanan selain jasa transportasi ojek yaitu Go-Car, Go-Food, Go-Mart, Go-Send, Go-Box, Go-Pulsa, Go-Massage, Go-Clean, Go-Glam, Go-Tix, Go-Auto, Go-Med, Go-Busway (Go-Jek.com, diakses pada 30 Oktober 2019).

Grab selain menyediakan layanan transportasi ojek yang dinamakan GrabBike, Grab pun melakukan inovasi dengan menambahkan layanan GrabTaxi, GrabCar, GrabExpress, GrabFood, GrabHitch dan fitur terbarunya yaitu GrabChat guna mempermudah komunikasi antara penumpang dan mitra pengemudi (Grab.com, diakses pada 30 Oktober 2019).

Armada Gojek saat ini sekitar 2,5 juta driver mencapai 200 ribu mitra ojek online diseluruh Indonesia, layanan yang dimiliki Gojek dipakai secara aktif oleh 15 juta orang setiap minggunya, para weekly active user ini dilayani sekitar 900.000 mitra pengemudi Gojek . setiap bulannya, lebih dari 100 juta transaksi yang terjadi di platform Gojek (kompas.com) diakses pada 3 Desember 2019. Grab memiliki 9 juta driver di empat Negara termasuk Indonesia. Saat ini keduanya masih bersaing dan terus melakukan inovasi yang terbaru sehingga konsumen tertarik menggunakan layanan jasa salah satu antara Gojek dan Grab.

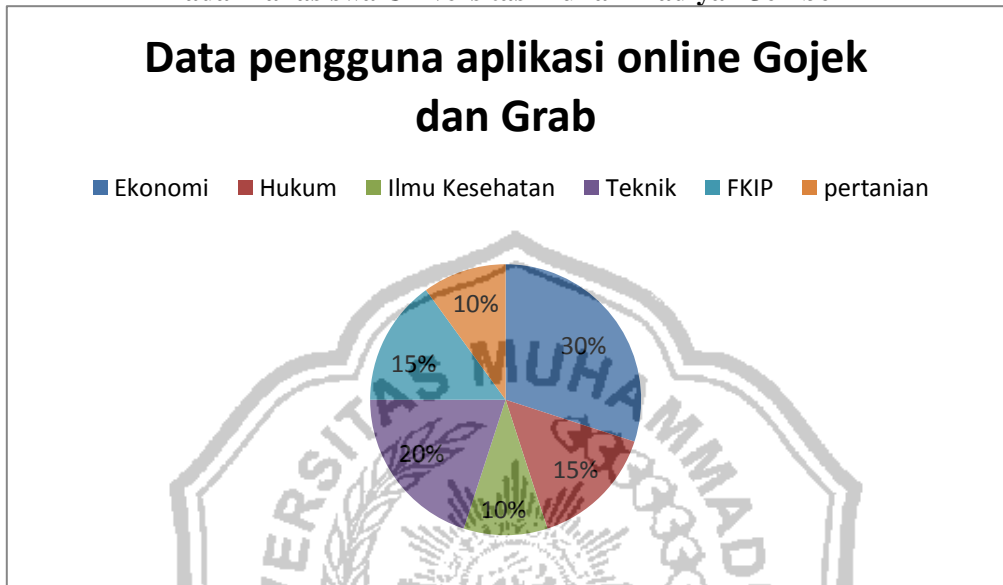
Tabel 1.2 Data Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember

No.	Fakultas	Jumlah
1	Agama Islam	105
2	Ekonomi	976
3	Hukum	309
4	Ilmu Kesehatan	439
5	Ilmu Sosial dan Politik	305
6	Keguruan dan Ilmu Pendidikan	703
7	Pertanian	353
8	Psikologi	174
9	Teknik	928
Jumlah		4292

Sumber : Upt Pdi Universitas Muhammadiyah Jember Gedung CC Lt.4

Universitas Muhammadiyah Jember adalah sebuah perguruan tinggi swasta di Kabupaten Jember, yang berdiri pada 11 Maret tahun 1981, sebagaimana termaktub dalam Piagam Pendirian yang diterbitkan oleh Pimpinan Pusat Muhammadiyah dikenal dengan sebutan Unmuh Jember kampusnya terletak di jalan Karimata No. 49 Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember jumlah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember adalah sebanyak 4292. Dalam penelitian ini peneliti tertarik meneliti Fakultas Ekonomi dikarenakan memiliki jumlah mahasiswa terbanyak di antara Fakultas yang lain sehingga bisa memperbesar populasi dan juga mahasiswa Fakultas Ekonomi mudah ditemui di kampus gedung A.

Gambar 1.2
Data pengguna aplikasi online Gojek dan Grab
Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember



Sumber : data diperoleh dari survey di Universitas Muhammadiyah Jember pada tanggal 16 Juli 2020

Pada gambar 1.2 bisa dilihat bahwa survey yang dilakukan oleh peneliti pada 40 mahasiswa Universitas Muhammadiyah jember didapatkan pengguna Gojek dan Grab pada mahasiswa Fakultas Ekonomi sebesar 30%, untuk pengguna Gojek dan Grab pada mahasiswa Fakultas Hukum sebesar 15% kemudian disusul oleh Fakultas Kesehatan sebesar 10% dan mahasiswa Fakultas Teknik senilai 20% Fakultas Ilmu Keguruan sebesar 15% dan terakhir Fakultas Pertanian sebesar 10% pada data inilah terlihat pengguna transportasi online yang paling menonjol adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.

Menurut Pratita salah satu pengguna layanan transportasi online Gojek dan Grab ketika di tanyakan mengenai pendapatnya tentang Kualitas Pelayanan ke dua transportasi tersebut menurut pengalamannya menggunakan Gojek dan Grab Kualitas yang diberikan Oleh Gojek tidak baik, ia harus menunggu lama agar pesanan datang kemudian kendaraan yang dipakai mengalami macet sehingga harus berganti driver akan tetapi Gojek menyapa konsumen dengan baik ketika sampai dan memberi pesan jika harus menunggu sedangkan Grab segera datang tanpa harus menunggu lama, Driver Grab juga bersih dan ramah dalam melayani konsumen serta ia tanggap dalam perjalanan ia tau jalan mana yang harus diambil untuk sampai ke tujuan.

Peneliti juga menanyakan pada Ahmad salah satu pengguna transportasi online Gojek dan Grab mengenai bagaimana harga yang diberikan Oleh Gojek dan

Grab, menurut Ahmad Gojek memiliki harga yang lebih terjangkau dari Grab, harga yang diberikan oleh Gojek dan Grab sudah sesuai dengan kualitas dan manfaat yang diberikan baik dari pihak Grab maupun dari Gojek daya saing harga sendiri dari kedua transportasi online tersebut sama-sama bersaing dalam memikat konsumen mereka sama-sama menawarkan promo-promo menarik kepada konsumen. Dia berharap perusahaan transportasi online memberikan harga dan kualitas produk yang baik sehingga konsumen puas dan terus menerus memakai aplikasi tersebut.

Selanjutnya Dian bercerita mengenai Kepuasan tentang kedua transportasi online tersebut, menurut Dian konsumen akan merasa puas apabila kinerja sesuai dengan apa yang diharapkan, mulai dari Kualitas Pelayanan Grab yang menurutnya baik dan Gojek sedikit lebih baik dari Grab karena memberikan pelayanan tepat waktu dan selalu sopan ramah kepada konsumen sedangkan dalam hal harga Gojek dapat dijangkau oleh mahasiswa namun Grab tidak kalah saing ia juga menawarkan harga yang terjangkau. Dian Berharap kedepannya memperbaiki layanan yang diberikan agar konsumen makin puas. Dari ketiga penjelasan tersebut dapat di lihat bahwa Gojek maupun Grab memiliki kepuasan tersendiri bagi konsumennya.

Ada beberapa faktor yang dibutuhkan dalam memilih layanan transportasi online saat ini, Salah satu faktor yang penting dalam memilih layanan transportasi yang pertama adalah kualitas pelayanan Menurut Zeithaml et al. (dalam Laksana, 2008), kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai *“The extent of discrepancy between customers’ expectations or desire their perceptions”*. Dari pernyataan tersebut dikemukakan bahwa kualitas pelayanan yang diterima konsumen dinyatakan besarnya perbedaan antara harapan atau keinginan konsumen dengan tingkat persepsi mereka. menurut Kotler (2000), 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 kedua yaitu harga, harga juga 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 dan Armstrong (2016), harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan untuk produk atau jasa, untuk mendapatkan manfaat/nilai yang ditukar oleh pelanggan untuk kepentingan memiliki atau menggunakan produk atau layanan. Menurut Lupiyoadi (2013), Keputusan penentuan harga juga sedemikian penting dalam menentukan seberapa jauh layanan/jasa dinilai oleh konsumen, dan juga memberikan citra. Penentuan harga juga memberikan persepsi tertentu dalam kualitas.

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 Kotler dan Keller (2016), Konsumen dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu jika kinerja di bawah harapan, pelanggan akan merasa kecewa tetapi jika kinerja sesuai dengan harapan pelanggan akan merasa puas dan apabila kinerja bisa melebihi harapan maka pelanggan akan merasa sangat puas senang atau gembira.

Berdasarkan penjelasan di atas, terlihat bahwa kualitas layanan dan harga mempunyai peranan yang sangat penting bagi kepuasan konsumen. Tanpa adanya pelayanan yang bermutu dan berkelanjutan, dengan harga yang terjangkau oleh semua kalangan masyarakat, perusahaan transportasi sulit untuk dapat mampu bersaing dalam perusahaan sejenis. Dalam kondisi persaingan ini, kedua perusahaan tersebut terus melakukan upaya untuk meningkatkan loyalitas pelanggannya. Maka, diperlukan suatu strategi sebagai diferensiasi bagi masing-masing perusahaan dalam menarik minat konsumen dan dalam upaya mempertahankan konsumen agar tetap menggunakan jasa perusahaan di masa mendatang. Penelitian ini dilakukan untuk membandingkan Gojek dan Grab, mana yang lebih banyak diminati oleh konsumen dalam hal pelayanan, harga dan kepuasan konsumen.

Berdasarkan dari beberapa penelitian terdahulu yaitu Dian (2019) , Natalia (2018), Astikasari (2018), Utomo (2017) dalam jurnalnya yang bertujuan untuk menganalisis perbandingan antara kualitas pelayanan, harga dan kepuasan konsumen Gojek dan Grab dan hasilnya terdapat perbedaan yang tidak signifikan antara kualitas pelayanan, Harga dan Kepuasan konsumen Gojek dan Grab.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas penggunaan layanan transportasi Gojek dan Grab yang paling banyak adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember, menurut beberapa kosumen Gojek dan Grab terdapat perbedaan kualitas pelayanan, harga dan kepuasan konsumen, pada penelitian ini peneliti ingin menguji ,menganalisis serta membandingkan apa yang mejadi perbedaan antara kedua layanan transportasi tersebut.Variabel yang digunakan adalah yang pertama Kualitas pelayanan, menurut Zeithaml (2008) kualitas pelayanan yang diterima konsumen dinyatakan besarnya perbedaan antara harapan atau keinginan konsumen dengan tingkat persepsi mereka. Variabel yang kedua Harga, Menurut Kotler dan Armstrong (2016), harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan untuk produk atau jasa, untuk mendapatkan manfaat/nilai yang ditukar oleh pelanggan untuk kepentingan memiliki atau menggunakan produk atau layanan. Kemudian kepuasan konsumen, Menurut Kotler dan Keller (2016), Konsumen dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu jika kinerja di bawah harapan, pelanggan akan merasa kecewa tetapi jika kinerja sesuai dengan harapan pelanggan akan merasa puas dan apabila kinerja bisa melebihi harapan maka pelanggan akan merasa sangat puas senang atau gembira.

Rumusan masalah merupakan hal penting dalam suatu penelitian, hal ini diperlukan agar batasan masalah menjadi jelas sehingga dapat dijadikan pedoman dalam melakukan penelitian ini. Rumusan permasalahan yang akan dikajii dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah ada Perbedaan Kualitas Pelayanan antara Gojek dan Grab pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember ?
2. Apakah ada Perbedaan Harga antara Gojek dan Grab pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember ?
3. Apakah ada Perbedaan Kepuasan Konsumen antara Gojek dan Grab pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah

1. Untuk menguji dan menganalisis apakah ada perbedaan yang signifikan Kualitas Pelayanan antara Gojek dan Grab pada mahasiswa Fakultas Ekomi Universitas Muhammadiyah Jember.
2. Untuk menguji dan menganalisis apakah ada perbedaan yang signifikan Harga antara Gojek dan Grab pada mahasiswa Fakultas Ekomi Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Untuk menguji dan menganalisis apakah ada perbedaan yang signifikan Kepuasan Konsumen antara Gojek dan Grab pada mahasiswa Fakultas Ekomi Universitas Muhammadiyah Jember.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Sebagai bahan kajian ilmiah dari teori yang pernah didapat selama di bangku kuliah yakni ilmu manajemen pemasaran untuk bisa diimplementasikan di lapangan, selain itu juga sebagai acuan sarana berlatih dalam upaya meningkatkan kemampuan penulis dalam analisis, pengamatan dan pengungkapan pengembangan ide secara ilmiah terhadap masalah Perbandingan Kualitas Pelayanan, Harga dan Kepuasan Konsumen Gojek dan Grab pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan sarana informasi bagi perusahaan Grab dan Go-jek untuk melakukan perbaikan dan meningkatkan kualitas pelayanan agar konsumen tertarik untuk menggunakan produknya.

3. Bagi Pihak Lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk penelitian yang akan datang, baik itu mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember maupun mahasiswa dari luar Universitas Muhammadiyah Jember

