

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Sejarah Perusahaan

Grab adalah sebuah perusahaan yang muncul sebagai jawaban dari masalah yang dihadapi oleh dua warga negara Malaysia yaitu Anthony Tan dan Hooi Ling Tan. Pada tahun 2012 mereka sedang menikmati teh di sebuah kafe dan ketika mereka hendak pulang, mereka mengalami kesulitan untuk mendapatkan taksi, mereka melihat ini bukan sebagai sebuah masalah tetapi sebagai peluang dan akhirnya mereka membuat sebuah terobosan yaitu transportasi *online* berbasis taksi yang bernama MyTeksi. Dalam waktu yang singkat, tujuan sederhana MyTeksi untuk melayani warga Malaysia bertransformasi menjadi sesuatu yang lebih besar dan mampu melayani delapan negara di Asia Tenggara termasuk Indonesia, kemudian MyTeksi berganti nama menjadi Grab. Grab sendiri didirikan pada tanggal 1 Juni 2014 yang kini berkembang dan sudah memiliki banyak pilihan transportasi seperti kendaraan roda empat dan roda dua yang mampu melayani hingga 2,5 juta perjalanan setiap harinya dan telah memberikan pendapatan kepada hampir 1 juta mitra pengemudi di seluruh Asia Tenggara.



GAMBAR 1.1

LOGO GRAB

Sumber : Grab Indonesia, 2019

Pada bulan Desember tahun 2018, Grab merayakan pencapaiannya bersama 2000 mitra pengemudi GrabCar dan GrabBike beserta keluarganya lewat Grab karnaval yang bertempat di Gambir Expo, Kemayoran. Berikut adalah pencapaian Grab pada tahun 2012 hingga 2018:

- a. Grab berhasil memperluas layanannya dari 12 kota pada awal tahun 2017 menjadi 222 kota di Indonesia dan menempatkan Indonesia sebagai pasar terbesar bagi Grab
- b. Berhasil memimpin pasar *Ride Hailing* Indonesia dengan 60 persen pangsa pasar di segmen kendaraan roda dua dan 70 persen pangsa pasar di segmen kendaraan roda empat.
- c. Aplikasi Grab telah diunduh lebih dari 125 juta kali di perangkat Android OS dan IOS.
- d. Memiliki 8 juta mitra pengemudi, *merchant* dan agen.
- e. Telah menyelesaikan lebih dari 2,5 miliar perjalanan sejak didirikan pada tahun 2012.

1.1.2 Bidang Usaha Perusahaan

Saat ini Grab menawarkan 8 jenis layanan, meliputi transportasi penumpang dan antar barang untuk melayani kebutuhan konsumen di Indonesia, Malaysia, Singapura, Thailand, Vietnam, Myanmar dan Kamboja yaitu:

- a. GrabTaxi
Adalah layanan yang memberikan akses serta kemudahan penumpang menemukan pengemudi taksi terdekat dengan aman.
- b. GrabCar
Adalah layanan penyewaan kendaraan pribadi dengan supir yang menghadirkan kebebasan pilihan berkendara yang nyaman dan gaya.
- c. GrabBike
Adalah layanan penyewaan jasa taksi *online* untuk mereka yang ingin cepat sampai dan mampu melewati kemacetan kota.
- d. GrabExpress
Adalah layanan kurir ekspres berbasis aplikasi yang menjanjikan kecepatan, kepastian dan yang paling utama keamanan.

- e. GrabFood
Adalah layanan pesan antar makanan yang menjanjikan kecepatan dan anti kelaparan menunggu.
- f. Sewa GrabCar
Adalah layanan sewa kendaraan untuk konsumen yang ingin pergi ke banyak tempat tanpa ribet menyewa berulang kali.
- g. GrabFresh
Adalah layanan pesan antar untuk kebutuhan sehari-hari seperti membeli buah-buahan dan sayur-sayuran berkualitas dan pilihan langsung diantar ke rumah.
- h. Rute
Adalah layanan yang memberikan informasi mengenai transportasi umum dan memberikan rekomendasi cara terbaik konsumen untuk sampai ke tujuan.

1.1.3 Visi dan Misi Perusahaan

Visi

“Menjadi yang terdepan di Asia Tenggara” dengan memecahkan masalah transportasi yang ada serta memberikan kemudahan mobilitas masyarakat Asia Tenggara.

Misi

- a. Menjadi Platform transportasi yang aman.
- b. Mengutamakan keselamatan dan investasi melalui pelatihan keamanan pada seluruh pengemudi, fitur aplikasi, pendidikan keamanan serta bekerjasama dengan pemerintah.

1.2 Latar Belakang

Pertumbuhan transportasi *online* di Indonesia sangat cepat, membuat jumlah pengemudi transportasi *online* lebih banyak dibandingkan pengguna jasa yang menimbulkan semakin ketatnya persaingan ditambah lagi pemerintah sedang merencanakan kenaikan harga untuk jasa taksi *online* dan pemberian kuota taksi *online* di setiap kota yang ada di Indonesia. (Tempo.co)

Jawa barat sebagai provinsi terpadat di Indonesia mendapatkan kuota taksi *online* sebesar 15.418 kendaraan dan untuk wilayah operasi Bandung raya mendapatkan jatah kuota terbesar yaitu 4.542 kendaraan yakni untuk kota Bandung 2.919 kendaraan, Cimahi 476 kendaraan, kabupaten Bandung 515 kendaraan, Bandung Barat 504 kendaraan serta Sumedang 128 kendaraan. (Tempo.co)

Bandung yang merupakan pusat pemerintahan provinsi Jawa Barat memiliki paling banyak pengemudi taksi *online* yaitu 2.919 kendaraan. Taksi *online* memiliki dampak negatif dan positif bagi kondisi sosial dan ekonomi masyarakat. Dampak positif yang ditimbulkan dengan adanya taksi *online* adalah memberi keuntungan bagi konsumen untuk mendapatkan transportasi dimanapun dan kapanpun dia membutuhkannya dan memberikan pekerjaan tambahan bagi masyarakat, sedangkan dampak negatif yang ditimbulkan adalah berpotensi meningkatkan jumlah pengangguran di Indonesia karena mereka memiliki keunggulan dibandingkan transportasi konvensional lain seperti angkot, ojek pangkalan, taksi konvensional yaitu mudah didapat kapanpun dan dimanapun dengan harga yang lebih murah.

Grab saat ini sudah menjadi perusahaan *DecaCorn* pertama di Asia tenggara yang artinya perusahaan ini telah memiliki nilai valuasi di atas US\$ 10 miliar atau setara dengan Rp. 141 triliun. Setelah Grab mengakuisisi Uber di Asia Tenggara pada tahun 2018 lalu, kini Grab telah menjadi perusahaan transportasi terbesar di Asia Tenggara. (www.tribunnews.com)

GrabCar sebagai salah satu produk unggulan dari Grab memiliki fasilitas dan kelebihan bagi pelanggan, berikut adalah fasilitas dan kelebihan yang diberikan oleh GrabCar :

- a. GrabCar memberikan tarif pasti, Grab tidak memungut biaya pemesanan dan pembatalan pesanan, jumlah tarif perjalanan sudah tertera dalam aplikasi. Tidak ada tarif tambahan dalam perjalanan.
- b. Terlindungi asuransi, Grab sudah menyediakan asuransi kecelakaan bagi maksimal 6 orang penumpang dalam satu kendaraan.
- c. Pengemudi yang terlatih, pihak Grab melatih para pengemudi untuk memberikan pelayanan yang baik juga aman bagi penumpang.

- d. Metode pembayaran yang fleksibel, tersedia metode pembeyaran tunai dan non tunai, non tunai bisa menggunakan kartu kredit dan saldo OVO.

TABEL 1.1
PERBANDINGAN TARIF

Tahun	Tarif Minimum	Tarif per Kilometer
2017	Rp.5000	Rp.1.600
2018	Rp.7.000	Rp.2.300

Sumber : infojek.com

Transportasi *online* adalah transportasi yang sedang naik daun di kota bandung terutama dikalangan mahasiswa, karena bandung memiliki lebih dari 20 universitas dimana sebagian besar adalah universitas favorit yang memiliki mahasiswa bukan dari kota Bandung saja. Dari hasil analisis penulis berdasarkan hasil dari wawancara dengan penumpang GrabCar, pelayanan GrabCar masih belum maksimal. Berikut adalah keluhan keluhan yang dihadapi penumpang GrabCar.

TABEL1.2
MASALAH YANG DIHADAPI KONSUMEN

No	Masalah	Variabel Terkait
1	Sulit mendapatkan pengemudi pada saat malam dan pagi hari.	Kualitas pelayanan Dimensi : <i>Reliability</i>
2	Pengemudi sering menolak konsumen dengan berbagai alasan.	Kualitas pelayanan Dimensi : <i>Empathy</i>
3	Pengemudi membawa kendaraan tidak nyaman, ada yang terlalu cepat dan terlalu lambat.	Kualitas pelayanan Dimensi : <i>Assurance</i>
4	Pengemudi tidak mau menjemput dititik penjemputan dengan berbagai alasan.	Kualitas pelayanan Dimensi : <i>Empathy</i>
5	Pengemudi yang menjemput berbeda dengan yang ada di aplikasi.	Kualitas pelayanan Dimensi : <i>Reliability</i>
6	Mobil tidak layak, AC mati	Kualitas pelayanan Dimensi : <i>Tangible</i>

Bersambung

Sambungan

No	Masalah	Variabel Terkait
7	Respon pengemudi lama.	Kualitas pelayanan Dimensi : <i>Responsiveness</i>
8	Harga naik tidak semurah dulu. Contoh : Dulu dari Cimahi sampai Buah Batu kita dikenakan ongkos sebesar Rp 100.000, sedangkan sekarang bisa sampai Rp 150.000.	Harga

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang memiliki tema dan objek serupa dengan penulis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang sangat besar bagi pelanggan untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan, akan tetapi dari temuan penulis yang didapat dari hasil wawancara dengan pengguna jasa GrabCar kota Bandung seperti dalam tabel 1.2 menunjukkan bahwa masih banyaknya keluhan mengenai kualitas pelayanan dan juga masalah kenaikan harga yang dikeluhkan konsumen karena adanya regulasi baru yang diterapkan oleh pemerintah.

Jika kualitas pelayanan buruk maka apa yang diharapkan konsumen tidak akan tercapai sesuai dengan pernyataan dari Lewis dan Booms (2016:125) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa baiknya tingkat pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan konsumen, sedangkan menurut pendapat Kotler dan Keller (2016:442) menyebutkan bahwa kualitas pelayanan memiliki 5 elemen yaitu : *tangible, reliability, responsiveness, assurance* dan *empathy*.

Penulis juga mendapati keluhan mengenai kenaikan harga yang berpotensi dapat mengurangi jumlah konsumen, dengan naiknya beban yang harus dikeluarkan akan membuat konsumen ragu dan beresiko membuat konsumen beralih ke pesaing atau kembali membawa kendaraan pribadi sesuai dengan pernyataan Kotler dan Armstrong (2016:314) bahwa ada empat ukuran yang mencirikan harga, keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas, kesesuaian harga dengan manfaat dan daya saing harga, sedangkan menurut Nana Herdiana Abdurrahman (2015:109) harga merupakan sejumlah uang yang berfungsi sebagai alat tukar untuk mendapatkan barang atau jasa.

Permasalahan yang timbul adalah bagaimana GrabCar dapat bersaing dengan kompetitor dengan masalah yang sedang dihadapinya saat ini, karena keputusan pembelian dipengaruhi oleh beberapa faktor termasuk kualitas pelayanan dan harga sesuai dengan pernyataan dari Abdullah (2017:215) bahwa keputusan pembelian memiliki tujuh buah komponen, yaitu : keputusan jenis produk, keputusan tentang bentuk produk, keputusan tentang merek, keputusan tentang penjualnya, keputusan tentang waktu pembelian dan keputusan tentang cara pembayaran. Sedangkan menurut Kotler dan Keller (2016:240) bahwa dalam tahap evaluasi para konsumen membentuk preferensi atas merek-merek yang ada di dalam kumpulan pilihan.

Dari penjelasan di atas penulis bermaksud untuk melakukan penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian GrabCar Bandung”**

1.3 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana kualitas pelayanan pada GrabCar Kota Bandung?
- b. Bagaimana preferensi harga pada GrabCar Kota Bandung?
- c. Bagaimana keputusan pembelian pada GrabCar Kota Bandung?
- d. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian GrabCar Kota Bandung secara simultan?
- e. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian GrabCar Kota Bandung secara parsial?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui kualitas pelayanan pada GrabCar Kota Bandung.
- b. Untuk mengetahui preferensi harga pada GrabCar Kota Bandung.
- c. Untuk mengetahui keputusan pembelian pada GrabCar Kota Bandung.
- d. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian pada GrabCar Kota Bandung secara simultan.

- e. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian pada GrabCar Kota Bandung secara parsial.

1.5 Kegunaan Penelitian

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

a. Kegunaan Teoritis

Penulis berharap hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangan berupa wawasan teoritik khususnya pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian dan penelitian yang memiliki tema serupa.

b. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan berguna bagi berbagai pihak, khususnya pihak-pihak yang terkait dengan penelitian ini sebagai berikut:

1) Peneliti

Hasil penelitian ini menjadi bahan referensi bagi peneliti lain yang melakukan penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian dan peneliti yang memiliki tema serupa.

2) Perusahaan

Perusahaan dapat mempelajari penelitian ini dan dijadikan bahan masukan untuk mengetahui seberapa efektif kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian pada GrabCar kota Bandung.

3) Akademik

Penulis berharap penelitian ini dapat dijadikan referensi 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 reliabilitas, 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.