

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Grab adalah perusahaan asal Malaysia yang berjalan pada bidang transportasi *online*. Perusahaan Grab sendiri sudah tersebar di beberapa negara Asia Tenggara seperti, Singapore, Indonesia, Filipina, Malaysia, Vietnam, Myanmar dan Kamboja. Untuk di Indonesia sendiri, Perusahaan Grab sudah tersebar hampir di seluruh wilayah Indonesia termasuk kota-kota kecil. Grab tidak hanya bergerak pada bidang ojek online, banyak fasilitas yang telah disediakan pada aplikasi Grab sendiri seperti, ojek (GrabBike), mobil (GrabCar), taksi (GrabTaksi), kurir (GrabExpress), belanja tanpa perlu keluar rumah (GrabMart) pesan-antar makanan (GrabFood), *carpooling* sosial (GrabHitchCar), hingga konsultasi kesehatan (GrabHealth). Dengan banyaknya layanan yang disediakan oleh Grab Indonesia pada aplikasinya, tentu saja masyarakat Indonesia sangat terbantu untuk melakukan kegiatan yang memerlukan layanan pada aplikasi Grab di gadgetnya tanpa harus repot lagi untuk jalan jauh seperti memesan makanan. Grab juga menyediakan pembayaran secara tunai maupun *non-tunai*, pembayaran dengan *non-tunai* ini sangat disarankan pada saat era COVID-19 lalu untuk meminimalisir penyebaran virus melalui kontak secara langsung.

1.1 Latar Belakang

Pada akhir tahun 2019 lalu, Indonesia bahkan hampir seluruh dunia kedatangan wabah virus corona yang sekarang lebih dikenal dengan virus COVID-19, dimana virus tersebut berasal dari salah satu daerah yang berada di negeri China tepatnya di berada di kota Wuhan. Tidak sedikit orang-orang yang suka berpergian untuk kebutuhan bekerja hingga liburan keluar ataupun baru kembali dari China, yang menyebabkan mereka membawa virus tersebut ke negara asalnya masing-masing. Banyaknya orang yang terkena dampak dari virus ini menyebabkan terdapat korban jiwa yang menurut alat pelacak COVID-19 worldometer sudah mencapai 5.039.536 pada tahun 2021 saja. (Merdeka.com, 2021) Angka yang bisa bilang jumlahnya besar tersebut bisa saja bertambah seiringnya jika masih banyak orang yang tidak

mematuhi peraturan dan protokol yang telah disediakan oleh Pemerintah Negara masing-masing.

Di Indonesia sendiri kembali terjadi sedikit penurunan pada tahun 2021 hingga memasuki awal tahun 2022, dimana masyarakat Indonesia juga sudah banyak yang mentaati protokol kesehatan aturan dari pemerintahan daerah masing-masing kota. Juga tidak sedikit masyarakat Indonesia yang telah melakukan vaksin guna untuk menghindari virus COVID-19, vaksin ini telah dianjurkan oleh pemerintah daerah yang telah bekerja sama juga dengan para tenaga medis pada hampir seluruh tempat di Indonesia. Banyak juga perusahaan besar yang melakukan dan mengadakan vaksin bagi para karyawannya dan juga masyarakat luar perusahaan yang belum sempat mendapatkan vaksin. Biasanya pemerintah maupun perusahaan tersebut akan membagikan info mengenai vaksin yang akan diselenggarakan melalui platform sosial media terutama Instagram hingga membuat website sendiri agar mempermudah masyarakat untuk melakukan segala hal nya dengan online.

Pada era yang sudah serba digital ini, masyarakat pun memang lebih memilih untuk melakukan hampir segala yang dibutuhkannya melalui gadget terutama melalui handphone mereka dengan memanfaatkan berbagai aplikasi yang sudah tersedia. Terutama cukup banyak masyarakat yang menggunakan aplikasi ojek online, sebab hanya dengan menggunakan satu aplikasi tersebut kita bisa berpergian dengan mudah dan sudah bisa mengetahui harga sesuai jarak lokasi yang ingin dituju oleh penggunanya lalu pengguna bisa memilih ingin membayar dengan tunai atau non-tunai. Selain bisa dimanfaatkan untuk berpergian, aplikasi ojek online juga menyediakan jasa pengantaran makanan di restoran yang kita inginkan hingga menyediakan jasa untuk membeli obat-obatan agar pengguna tidak perlu lagi keluar rumah untuk menuju apotek.

Top 25 Countries, Ranked by Internet Users, 2013-2018						
millions						
	2013	2014	2015	2016	2017	2018
1. China*	620.7	643.6	669.8	700.1	736.2	777.0
2. US**	246.0	252.9	259.3	264.9	269.7	274.1
3. India	167.2	215.6	252.3	283.8	313.8	346.3
4. Brazil	99.2	107.7	113.7	119.8	123.3	125.9
5. Japan	100.0	102.1	103.6	104.5	105.0	105.4
6. Indonesia	72.8	83.7	93.4	102.8	112.6	123.0
7. Russia	77.5	82.9	87.3	91.4	94.3	96.6
8. Germany	59.5	61.6	62.2	62.5	62.7	62.7
9. Mexico	53.1	59.4	65.1	70.7	75.7	80.4
10. Nigeria	51.8	57.7	63.2	69.1	76.2	84.3
11. UK**	48.8	50.1	51.3	52.4	53.4	54.3
12. France	48.8	49.7	50.5	51.2	51.9	52.5
13. Philippines	42.3	48.0	53.7	59.1	64.5	69.3
14. Turkey	36.6	41.0	44.7	47.7	50.7	53.5
15. Vietnam	36.6	40.5	44.4	48.2	52.1	55.8
16. South Korea	40.1	40.4	40.6	40.7	40.9	41.0
17. Egypt	34.1	36.0	38.3	40.9	43.9	47.4
18. Italy	34.5	35.8	36.2	37.2	37.5	37.7
19. Spain	30.5	31.6	32.3	33.0	33.5	33.9
20. Canada	27.7	28.3	28.8	29.4	29.9	30.4
21. Argentina	25.0	27.1	29.0	29.8	30.5	31.1
22. Colombia	24.2	26.5	28.6	29.4	30.5	31.3
23. Thailand	22.7	24.3	26.0	27.6	29.1	30.6
24. Poland	22.6	22.9	23.3	23.7	24.0	24.3
25. South Africa	20.1	22.7	25.0	27.2	29.2	30.9
Worldwide***	2,692.9	2,892.7	3,072.6	3,246.3	3,419.9	3,600.2

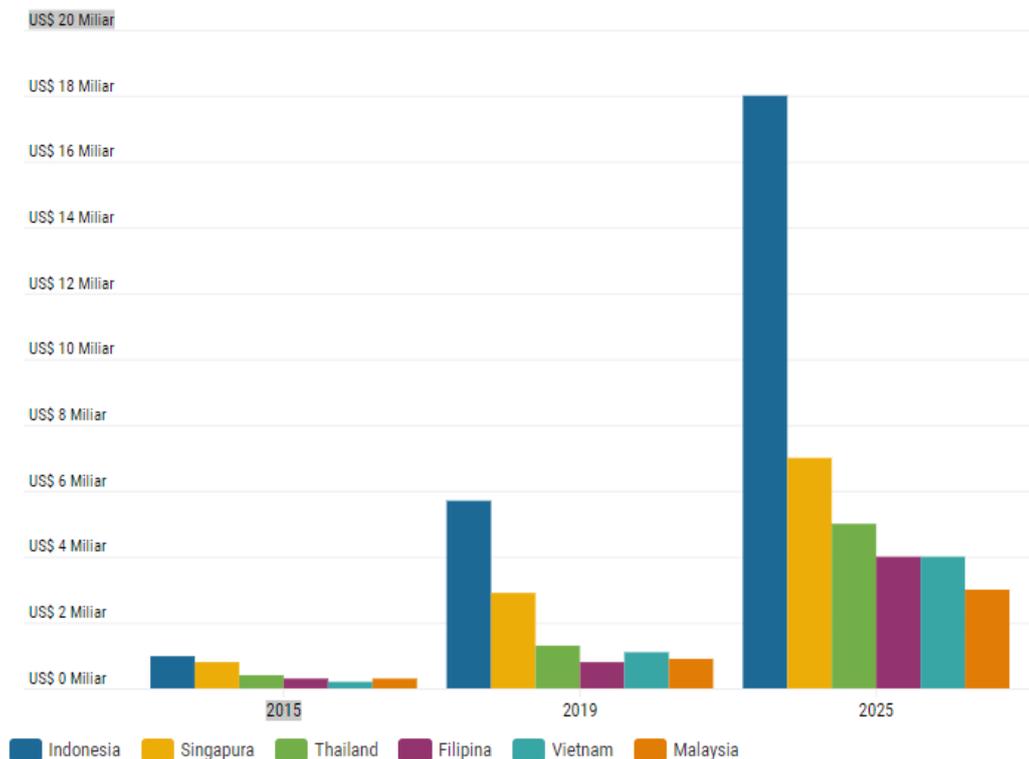
Note: individuals of any age who use the internet from any location via any device at least once per month; *excludes Hong Kong; **forecast from Aug 2014; ***includes countries not listed
Source: eMarketer, Nov 2014

181948 www.eMarketer.com

Gambar 1. 1Jumlah Pengguna Internet di Dunia Tahun 2013-2018

Sumber : Data survei Kominfo (2014)

Berdasarkan gambar dari tabel diatas menunjukkan bahwa para pengguna internet di Indonesia sendiri berada pada urutan ke-6 di seluruh dunia pada perhitungan survei akhir di tahun 2018. Dengan adanya jaringan internet yang sudah tersebar luas di seluruh wilayah Indonesia, menyebabkan pola pikir masyarakat beralih ke digitalisasi. Pada perspektif dalam kehidupan masyarakat di Indonesia dampak penggunaan internet salah satunya adalah munculnya penggunaan aplikasi yang dapat memesan taksi dan ojek secara online dengan *smart phone*. Ide pembuatan aplikasi dan penyedia layanan transportasi secara *online* berdampak kepada perubahan pola pikir masyarakat pengguna jasa layanan transportasi dari konvensional beralih ke taksi atau ojek online.



Gambar 1. 2 Pangsa Pasar Pengguna Transportasi Online 2015-2025

Sumber : Databoks Katadata (2019)

Dari gambar tabel diatas menunjukkan jumlah penggunaan aplikasi transportasi online mulai tahun 2015 sampai tahun 2019 mengalami peningkatan yang sangat signifikan, khususnya di Indonesia. Menurut databoks, pada tahun 2025 di prediksi penggunaan pada aplikasi transportasi online mengalami peningkatan karena transportasi online menawarkan kemudahan antara lain, biaya yang lebih murah, kenyamanan konsumen dan keamanan lebih terjamin.

Pada awal terjadinya fenomena COVID-19, Grab melakukan berbagai macam inovasi dan permasalahan yang harus dilakukan agar tidak mengalami penurunan konsumen dalam penggunaan aplikasi Grab. Perusahaan Grab sendiri memberi peraturan baru terhadap para mitra nya agar tetap bisa mengangkut penumpang di saat pandemi demi kenyamanan konsumen yang menggunakannya. Seperti para *driver* diwajibkan mengenakan masker setiap mengangkut penumpang dan sangat disarankan hanya menerima pembayaran *non-tunai* dari konsumen untuk menghindari penyebaran virus, hingga pengantaran makanan maupun paket yang harus diletakan dengan jarak 2 meter dari konsumen agar tidak terjadinya kontak fisik secara langsung.

Untuk meningkatkan layanan terhadap konsumen Grab memiliki inovasi terbaru yang dapat memberikan rasa aman dan nyaman saat konsumen memilih untuk menggunakan Grab sebagai media transportasi yaitu GrabCar Hemat dan GrabBike Hemat serta GrabProtect untuk membatasi antara Driver dan konsumen agar tidak menularkan virus COVID-19. Para konsumen juga mendapatkan berbagai pilihan dalam menggunakan transportasi yang dapat disesuaikan oleh kebutuhan masing-masing, dan Grab pun berusaha untuk menyediakan layanan terbaik pada saat era *new normal* tapi kembali lagi kepada pilihan konsumen karena memiliki persepsi tersendiri.

Perusahaan Grab sendiri juga mewajibkan para mitranya untuk melakukan vaksin yang telah disarankan oleh pemerintah sebanyak 3 kali agar bisa kembali melanjutkan pekerjaannya, dari Grab sendiri juga menyediakan vaksin khusus untuk para mitranya hingga dapat mengadakan acara vaksin dalam jumlah besar untuk masyarakat di Palembang. Grab sendiri memprioritaskan masyarakat yang sudah lanjut usia untuk mendapatkan vaksin lebih dulu yang diselenggarakan oleh Grab di beberapa tempat yang sangat mudah dijangkau oleh masyarakat seperti di pusat perbelanjaan. Masyarakat yang ingin vaksin pun bisa dengan mudah untuk mendaftar melalui web yang telah disediakan untuk mendaftar vaksin yang nantinya akan terdata dan mendapatkan nomor antrian.

Memasuki era *new normal*, perusahaan Grab juga mencari cara untuk mengembalikan minat para konsumen agar dapat menggunakan aplikasi Grab sebagai sarana transportasi yang bisa digunakan sehari-hari kembali. Dengan jaminan para mitranya sudah melakukan vaksin dan menggunakan masker hingga memasang sekat di kendaraan roda 4 demi kenyamanan, keamanan serta kesehatan para konsumen yang menggunakannya. Karena itu pada tanggal 2 Juni 2020, Perusahaan Grab meluncurkan GrabProtect yaitu salah satu protokol keamanan kesehatan yang tertera pada aplikasi saat konsumen ingin memesan *driver* untuk meminimalisir penyebaran virus COVID-19.

GrabProtect dilengkapi dengan fitur keamanan, peralatan kebersihan, serta aturan keamanan terbaru yang menjadi standar terbaik dalam industri *ride-hailing* yang dimulai dengan memastikan pengguna dalam keadaan sehat dan telah mengambil tindakan pencegahan sebelum memulai perjalanan dengan *driver*. Konsumen juga diberikan kesempatan untuk membatalkan pesanan jika *driver* yang dipesan tidak mengikuti protokol kesehatan yang telah dianjurkan seperti tidak

mengenakan masker, konsumen pun juga dianjurkan untuk melakukan pembayaran secara *cashless* agar dapat mengurangi kontak secara langsung seperti saat pembayaran dengan tunai.

Kemudian untuk mengetahui lebih penelitian ini lebih lanjutnya, peneliti melakukan pra survei terhadap masyarakat di Palembang sebagai data awal dalam penelitian dengan mengambil sampel sebanyak 20 responden yang bertujuan untuk mengetahui tanggapan responden terhadap layanan yang telah diberikan kepada aplikasi Grab ke masyarakat. Penelitian ini dilakukan di Palembang dikarenakan selain peneliti bertempat tinggal di Palembang, pengguna mitra Grab dan para konsumen di Palembang termasuk berjumlah cukup besar dan dapat peneliti jangkau lebih dekat.

Tabel 1.1

Pra Survei Tanggapan Responden Terhadap Grab

No		Pernyataan	Setuju		Tidak Setuju	
			%	Σ	%	Σ
1	Persepsi Konsumen	Aplikasi Grab mudah digunakan	95%	19	5%	1
		Aplikasi Grab berguna untuk saya	95%	19	5%	1
		Saya percaya terhadap penggunaan aplikasi Grab	90%	18	10%	2
		Aplikasi Grab sangat menarik dan jelas	80%	16	20%	4
		Saya menggunakan aplikasi Grab karena banyak yang menggunakan	75%	15	25%	5
		Aplikasi Grab membuat saya percaya diri	50%	10	50%	10
		Aplikasi Grab sangat baik	85%	17	15%	3
		Aplikasi Grab membuat saya aman	85%	17	15%	3
2	Penggunaan	Saya sering menggunakan aplikasi Grab	65%	13	35%	7

3	Kepuasan Konsumen	Saya Puas dengan aplikasi Grab	85%	17	15%	3
---	-------------------	--------------------------------	-----	----	-----	---

Sumber : Hasil olah data penulis

Berdasarkan pada hasil pra survei dari tanggapan 20 responden diatas, bisa kita lihat bahwa masih ada beberapa responden yang memilih tidak setuju terhadap pernyataan diatas terkait persepsi dan keputusan konsumen dalam menggunakan aplikasi Grab pasca era *new normal*. Dapat bisa dilihat juga bahwa pernyataan tentang aplikasi Grab membuat saya percaya diri menunjukkan sebanyak 50% responden tidak setuju, hal ini bisa dibilang bahwa aplikasi Grab belum mampu untuk memberi kenyamanan dengan fitur yang telah disediakan oleh aplikasinya. Kemudian pada bagian kedua membahas tentang penggunaan menunjukkan 35% responden tidak setuju dengan seringnya menggunakan aplikasi Grab Pasca New Normal Kemudian pada bagian ketiga membahas tentang kepuasan konsumen menunjukkan 15% responden tidak setuju dengan kepuasan dengan aplikasi Grab Pasca New Normal. Hal tersebut berarti aplikasi Grab Pasca New Normal belum mampu memberikan kualitas yang baik agar membuat konsumen merasa puas.

Terdapat Faktor-faktor yang mempengaruhi orang untuk menggunakan aplikasi Grab yaitu: konsumen, preferensi, dan kepuasan. Hasil dari penelitian tersebut yakni menemukan hubungan yang kuat antara persepsi, preferensi, dan kepuasan dari penggunaan aplikasi Grab. menunjukkan bahwa ada pengaruh signifikan dan positif antara kepuasan konsumen dengan persepsi. Hal tersebut diperkuat dengan adanya korelasi delapan indikator persepsi yang mengarah ke kepuasan. Penelitian tersebut menegaskan pentingnya persepsi konsumen tentang kepuasan. Persepsi konsumen memainkan peran yang sangat penting dalam menentukan kepuasan konsumen sehubungan dengan teknologi baru serta di era Covid-19.

Peneliti memilih Palembang karena kasus Covid-19 di Kota Palembang mengalami peningkatan kasus yang sangat tinggi setiap harinya sehingga berdampak pada sektor kehidupan masyarakat di Kota Palembang baik itu pada sektor kesehatan, ekonomi maupun moda transportasi. Salah satu sektor yang mengalami perubahan secara signifikan, yaitu pada sektor moda transportasi darat angkutan umum. Moda transportasi darat angkutan umum merupakan sarana dan prasarana pendukung yang paling banyak digunakan oleh seluruh masyarakat dalam kehidupan sehari-hari.

Transportasi telah menjadi salah satu parameter utama terkait pembangunan pada suatu wilayah. Kota Palembang sendiri memiliki sarana dan prasarana moda transportasi darat yang cukup maju. Kota Palembang sudah dapat dikatakan cukup baik. Hal ini terbukti dari sarana dan prasarana pendukung maupun SDM dari Dinas Perhubungan Kota Palembang yang disiapkan oleh pemerintah daerah Kota Palembang sudah baik. Tidak hanya komunikasi yang baik dan kelengkapan sumber daya yang ada melainkan juga adanya pembuatan SOP serta pelaksanaan program-program yang berkaitan dengan pelaksanaan AKB pada angkutan umum di Kota Palembang.

Namun dalam mengimplementasikan sebuah kebijakan terutama kebijakan pemerintah daerah mengenai AKB pada sektor moda transportasi darat angkutan umum di Kota Palembang tentunya terdapat beberapa faktor yang menjadi penghambat dalam proses pengimplementasian kebijakan tersebut. Berdasarkan hasil observasi di lapangan, peneliti masih menemukan bahwa kurangnya kesadaran masyarakat akan bahaya dari virus Covid-19 sehingga masyarakat merasa tidak perlu untuk menerapkan pola kebiasaan baru.

Dimana sekitar 15% pengguna angkutan umum di Kota Palembang masih belum menerapkan kebiasaan baru saat berada dalam angkutan umum sesuai dengan apa yang telah ditentukan. Tidak hanya itu peneliti juga menemukan adanya beberapa sarana dan prasarana pendukung yang tidak dapat untuk digunakan semana mestinya. Hal tersebut dikarenakan kurangnya kesadaran dari para pengguna angkutan umum untuk menjaga sarana dan prasarana yang diberikan. Pemerintah setempat diharapkan harus mampu menghimbau kepada seluruh masyarakat untuk mau menerapkan AKB terlebih saat hendak menggunakan angkutan umum dan menjaga sarana dan prasarana yang berkaitan dengan pelaksanaan AKB pada angkutan umum.

Sumber: RINGKASAN SKRIPSI_NADIA DWISAPUTRI_29.0428.pdf
(ipdn.ac.id)

Teknologi seperti Grab memberikan layanan dalam jangkauan dan aksesibilitas konsumen kapan pun waktu yang dibutuhkan khususnya untuk layanan transportasi. Hal tersebut mengubah persepsi konsumen tentang teknologi dan mendorong konsumen untuk menggunakannya untuk pembayaran jasa layanan pemesanan

makan dan transportasi. Kemudian hasil penelitian tersebut juga menunjukkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara persepsi, kepuasan, dan tingkat penggunaan aplikasi Grab Pasca New Normal. Hal ini berarti, jika konsumen merasa puas maka tingkat penggunaannya meningkat seiring waktu. Oleh sebab itu peneliti menggunakan variabel kepuasan konsumen sebagai variabel mediator

Alasan peneliti mengambil topik ini adalah karena pada Desember 2017 pengguna Grab mencapai 9,7 juta pelanggan yang menggunakan layanannya melalui smartphone android. Oleh karena itu penelitian ini ingin melihat alasan pengambilan keputusan pelanggan Grab. Karena saat ini masyarakat mempunyai pengguna layanan transportasi online yang banyak, sehingga penelitian ingin mengetahui mengapa pengguna lebih memilih Grab daripada transportasi lain

Banyaknya pelanggan yang menggunakan Grab sesuai dengan penelitian yang berjudul “Analisis Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Kegunaan Penggunaan terhadap Sikap Penggunaan : Studi Kasus Pada Grab”. Penelitian tersebut mendapatkan hasil bahwa kemudahan penggunaan dan kegunaan penggunaan berpengaruh terhadap sikap penggunaan.

Dengan kata lain, kegunaan yang dirasakan dan kemudahan penggunaan merupakan hal yang penting bagi masyarakat untuk menentukan sikap mereka terhadap layanan aplikasi transportasi online Grab. Lebih jauh lagi, masyarakat akan cenderung untuk mengadopsi suatu layanan ketika mereka menemukan bahwa layanan yang disediakan bermanfaat dan mudah digunakan.

Sumber: pengguna Grab jurnal (2020), bing.com

Berdasarkan pada penjabaran fenomena di atas dan hasil pra survei tanggapan responden menunjukkan adanya masalah pada aplikasi Grab yang harus diselesaikan dan dicari solusi atas masalah tersebut karena jika tidak maka akan berdampak pada persepsi konsumen terlebih pada saat Pasca New Normal terhadap aplikasi Grab yang menyebabkan menurunnya jumlah pengguna aplikasi Grab yang akan menyebabkan kerugian di masa yang akan datang. Oleh sebab itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada aplikasi Grab dengan judul **“Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Grab Pasca New Normal (Khususnya Layanan Transportasi) di Kota Palembang”**.

1.1 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana persepsi konsumen mengenai aplikasi Grab Pasca *New Normal*?
2. Bagaimana keputusan konsumen dalam penggunaan aplikasi Grab Pasca *New Normal*?
3. Bagaimana persepsi konsumen terhadap keputusan penggunaan aplikasi Grab Pasca *New Normal*?

1.2 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui persepsi konsumen mengenai aplikasi Grab Pasca *New Normal*.
2. Untuk mengetahui keputusan konsumen dalam penggunaan aplikasi Grab Pasca *New Normal*.
3. Untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap keputusan penggunaan aplikasi Grab Pasca *New Normal*.

1.3 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini yaitu :

1.3.1 Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan bagi konsumen maupun bagi perusahaan tentang masukan konsumen dalam layanan yang disediakan oleh perusahaan pasca COVID-19 dan mengetahui persepsi para konsumen dalam keputusan penggunaan aplikasi Grab pasca new normal, juga diharapkan bisa menjadi bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.

1.3.2 Manfaat praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan salah satu bahan masukan bagi perusahaan, terutama untuk mengembangkan strategi promosi yang lebih efektif dan efisien.

1.4 Waktu dan Periode Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juni 2022 hingga Juli 2023.