

BABI

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang Penelitian

Pemasaran atau marketing mempunyai peranan yang sangat penting bagi semua usaha. Karena pemasaran atau marketing mempunyai kedudukan sebagai penghubung antara perusahaan pembuat produk / penyedia jasa dengan masyarakat sebagai pemakai produk / jasa. Maka dari itu, Perusahaan selalu memberikan perhatian yang maksimal terhadap hal ini agar tujuan dan cita-cita perusahaan bisa tercapai dengan optimal. Pada dasarnya, pemasaran (*marketing*) merupakan istilah dalam dunia bisnis. Menurut Kotler (2016:5). Pemasaran dipandang sebagai serangkaian usaha untuk menciptakan, mempromosikan dan menyampaikam barang atau jasa kepada konsumen dan bisnis.

Pemasaran dapat juga diartikan secara ilmu sosial sebagai suatu proses masyarakat dimana setiap individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran bebas atas produk dan nilai jasa dengan pihak lain. Definisi pemasaran atau marketing adalah suatu proses kegiatan menyeluruh dan terpadu serta terencana, Yang dilakukan oleh institusi/organisasi/perusahaan untuk menjalankan usaha guna memenuhi kebutuhan pasar dengan cara membuat produk, menetapkan harga, mengkomunikasikan, dan mendistribusikan melalui kegiatan pertukaran untuk memuaskan konsumen dan perusahaan.

Pemasaran atau marketing memang mempunyai peranan yang sangat penting dalam kegiatan usaha. Karena merupakan proses kegiatan atau usaha yang

menghubungkan antara perusahaan atau produsen dengan konsumen sebagai pemakai produk. Dengan memberikan perhatian maksimal terhadap marketing atau pemasaran, Kepuasan perusahaan dan konsumen akan bisa tercapai dengan optimal.

Pada zaman sekarang perkembangan teknologi informasi sangatlah cepat. Seiring dengan berjalannya waktu, perkembangan teknologi menjadi sangat penting karena mempermudah masyarakat dalam melakukan berbagai kegiatan. Salah satunya adalah dengan penggunaan internet. Melalui internet kita dapat memperoleh dan menyampaikan informasi apapun dengan mudah dimana saja. Selain menjadi media komunikasi, internet juga dapat dimanfaatkan demi menunjang bisnis jasa transportasi.

Jasa transportasi saat ini dirasa sebagai sarana yang sangat penting di dalam kehidupan masyarakat, transportasi digunakan setiap masyarakat untuk memperlancar aktifitas sehari-harinya, setiap orang tentu membutuhkan transportasi dalam berbagai kegiatannya seperti bekerja, bersekolah, bepergian maupun aktifitas lainnya. Semakin banyak jenis jasa transportasi dan berbagai macam merek yang ditawarkan, membuat konsumen sebagai pengambil keputusan menjadi lebih selektif dalam proses pengambilan keputusannya, Perusahaan pun harus melakukan usaha-usaha dalam menarik konsumen agar membeli dan menggunakan jasanya. Salah satu bisnis yang menggabungkan internet dan transportasi yaitu ojek *online*.

Seiring dengan berkembangnya teknologi saat ini terdapat aplikasi yang mengenalkan layanan pesan-an ojek yang menggunakan teknologi dan memakai

standar pelayanan. Sebelum adanya ojek *online*, ojek memakai sistem pangkalan berbasis wilayah ditikungan dan gang. Pengendara ojek dari wilayah lain tidak bisa sembarangan “mangkal” disuatu wilayah tanpa izin dari pengendara ojek wilayah tersebut. Saat ini di Jambi telah hadir berbagai penyedia jasa ojek *online* seperti Grab, Go-Jek, Maxim. Semuanya memberikan pelayanan yang hampir sama mulai dari mengantar orang dengan biaya yang berbeda-beda, namun dengan sistem pemesanan yang sama melalui aplikasi di *handphone*.

Berdasarkan gambar 1.1 dapat kita lihat jumlah pengguna jasa transportasi online di Indonesia dipegang oleh GRAB dan GOJEK. Dari data diatas menunjukkan bahwa jasa transportasi online paling sering digunakan dipegang oleh GRAB sebesar 21,3% Pengguna dan GOJEK sebesar 19,3% Pengguna (<https://databoks.katadata.co.id/>) diakses pada tahun 2023. Grab adalah Perusahaan teknologi asal Malaysia 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. Sebelum pelanggan memutuskan untuk memilih layanan Grab dibandingkan dengan layanan lainya dari pesaing sejenisnya pelanggan terlebih dahulu akan melihat tawaran mana yang akan memberikan harga yang murah kepada pelanggan. Sedangkan data jumlah data transportasi yang paling sering di gunakan di Jambi adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1
Data Transportasi yang Paling Banyak Digunakan di Kota Jambi dan Keunggulannya

No	Jasa Transportasi Online	Keunggulan
1	Maxim	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tarif lebih rendah 2. Menawarkan layanan pengiriman barang dan makanan 3. Terdapat fitur reservasi 4. Tersedia promosi dan diskon 5. Transaksi pembayaran secara digital
2	Grab	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jaringan driver luas 2. Share trip dan emergency button 3. Mudah dan intuitif 4. Promosi dan diskon pada layanan grabfood 5. Layanan pengiriman, transportasi, pengeriman dan pembayaran 6. Memiliki teknologi dan analitik data
3	Go-jek	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menawarkan layanan gofood, gomart, gosend, dan gopay 2. Intuitif dan mudah digunakan 3. Kecepatan pengiriman 4. Hemat waktu dan biaya 5. Layanan aman dan nyaman
4	Kojek	Sebuah inisiatif dari Koperasi Pegawai Negeri (KPN) dan Koperasi Pegawai Kota Jambi (KPKJ) yang bertujuan untuk memberikan layanan ojek online kepada masyarakat.
5	InDriver	Layanan transportasi online yang lebih baru di Jambi, menawarkan sistem harga yang unik dan fleksibel.

Sumber: Data Diolah, 2025

Berdasarkan tabel 1.1 dapat dilihat bahwa transportasi online paling banyak digunakan di Kota Jambi adalah Maxim Grab, Go-jek, Kojek dan InDrive. Masing-masing transportasi memiliki keunggulan tersendiri mulai dari tarif yang murah, tersedianya promosi dan diskon bagi pengguna jasa hingga memberikan layanan gofood, gomart, gosend dan gopay.

Kualitas pelayanan dikatakan memuaskan jika layanan yang dirasakan sama atau melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan. Pelayanan yang seperti inilah

yang dipersepsikan sebagai pelayanan yang berkualitas dan memuaskan. Harapan konsumen tersebut tercermin pada pelayanan yang baik, sopan santun, ketepatan waktu, dan kecepatan merupakan nilai penting yang diharapkan oleh para konsumen.

Selain kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan juga dipengaruhi oleh harga. Sebelum pelanggan memutuskan untuk memilih layanan Grab dibandingkan dengan layanan lainnya dari pesaing sejenis, pelanggan terlebih dahulu akan melihat tawaran harga yang memberikan lebih murah. Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan ke suatu produk atau layanan jasa (Kotler, 2016:45). Artinya bahwa pelanggan akan memperkirakan seberapa besar manfaat yang akan didapat dengan menggunakan layanan Grab dan seberapa besar biaya yang dikeluarkan untuk menggunakan layanan tersebut.

Kepuasan pelanggan merupakan ukuran perasaan yang muncul setelah seorang pelanggan menggunakan produk maupun layanan yang ditawarkan dan membandingkannya dengan ekspektasi yang diharapkan. Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2017:177) menjelaskan kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.

Kini transportasi online juga sudah masuk di Kota Jambi awal tahun 2017 wajah transportasi di Jambi mulai berubah sejak 3 tahun lalu, di jalanan kota Jambi berlalu lalang pengendara motor mengenakan jaket hijau bertuliskan Gojek dan Grab dua aplikasi ini mulai bermunculan dengan driver-driver nya.

Penyebab masyarakat lebih memilih ojek online daripada angkutan umum disebabkan beberapa faktor antara lain.

Menghemat waktu, yaitu menggunakan transportasi umum memang bisa disebut tidak efektif dalam hal waktu dan tenaga dimana seorang konsumen harus menunggu dengan waktu yang tidak pasti, namun dengan system yang diterapkan pada ojek online adalah menjemput dan antar dengan ini penumpang cukup berdiam diri saja. Bisa Membayar non-tunai, salah satu keunggulan transportasi online adalah memiliki sistem pembayaran non-tunai yaitu dengan menggunakan kartu kredit maupun e-cash. Seperti yang dimiliki Gojek dan Grab. Penumpang hanya perlu memastikan saldo kredit cukup untuk pembayaran.

Selain itu tarif yang Jelas, pada aplikasi transportasi online menciptakan sebuah sistem yang memungkinkan konsumen untuk mengetahui tarif. Hal tersebut akan membantu konsumen untuk memperkirakan uang yang akan dibawa. Selanjutnya lebih aman, yaitu sistem yang terdapat di aplikasi online akan membuat posisi konsumen diketahui secara jelas. Jika Anda pengemudi nakal, maka perusahaan akan dengan mudah melacaknya.

Objek dalam penelitian ini adalah jasa transportasi online Grab. Grab adalah sebuah perusahaan asal Singapura yang melayani aplikasi penyediaan transportasi secara online di enam negara, yaitu: Malaysia, Singapura, Thailand, Vietnam, Indonesia, dan Filipina. Grab memiliki visi untuk merevolusi industri pertaksian, sehingga dapat memberikan keamanan serta kenyamanan bagi pengguna kendaraan se-Asia Tenggara. Saat ini Grab telah beroperasi di seluruh Indonesia.

Aplikasi pemesanan kendaraan berbasis digital Grab terbukti memiliki kinerja yang sangat baik di Indonesia.

Grab sebagai salah satu aplikasi jasa transportasi *online* juga harus bersaing seperti Go-Jek, Maxim, Uber dan lainnya. Namun saat ini yang paling sering dijumpai di kota Jambi yaitu Grab dan Go-jek. Alasan masyarakat saat ini lebih memilih menggunakan Grab sebagai ojek online adalah persepsi masyarakat yang menilai bahwa ojek online lebih praktis dibanding ojek konvensional, para penggunaanya dapat memesan via internet tanpa harus terjun kelapangan untuk mencari ojek.

Grab memberikan banyak manfaat namun juga terdapat keluhan atas layanan yang diperoleh dari Grab. Sebagian pelanggan sudah berusaha bersikap ramah dan menjunjung tinggi etika yang dipegang tapi terkadang pemberi jasa (Driver Grab) memberikan layanan yang kurang maksimal, seperti cuek dalam mengoperasikan pekejaannya dan memiliki tatakrama yang kurang baik. Grab juga hanya bisa di gunakan di *android* saja. Grab tidak bisa digunakan secara spontan atau langsung saat kita membutuhkan. Berikut data jumlah konsumen Grab di Kota Jambi dalam 5 tahun terakhir

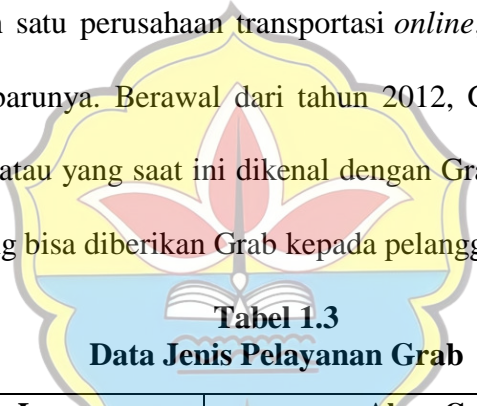
Tabel 1.2
Data Jumlah Konsumen Grab Kota Jambi Tahun 2020-2024

Tahun	Jumlah Konsumen (orang)	Perkembangan (%)
2020	105.678	-
2021	112.234	6,20
2022	136.091	21,26
2023	157.823	15,97
2024	169.011	7,09

Sumber: Kantor Grab Jambi, 2025

Berdasarkan tabel 1.2 diatas dapat dilihat bahwa pada tahun 2020 Grab di Jambi digunakan sebanyak 105.678. Pada tahun 2021, penduduk Jambi lebih banyak menggunakan layanan Grab yaitu sebanyak 112.234 dengan persentase perkembangan sebesar 6.20%. Pada tahun 2022 jumlah konsumen yang menggunakan Grab kembali meningkat sebanyak 136.091 dengan persentase 21,36%. Pada tahun 2023 jumlah konsumen yang menggunakan Grab kembali meningkat sebanyak 157.823 dengan persentase 15,97. Selanjutnya Pada tahun 2024 jumlah konsumen yang menggunakan Grab kembali meningkat sebanyak 169.011 dengan persentase 7,09% %.

Sebagai salah satu perusahaan transportasi *online*, Grab terus memberikan inovasi-inovasi terbarunya. Berawal dari tahun 2012, Grab hanya menyediakan layanan Grab Taxi atau yang saat ini dikenal dengan GrabCar hingga saat ini ada banyak layanan yang bisa diberikan Grab kepada pelanggannya.



Tabel 1.3
Data Jenis Pelayanan Grab

No.	Jenis Layanan	Akun Grab Mitra
1	GrabFood	Bike – Car
2	GrabBike	Bike
3	GrabCar	Car
4	GrabMart	Bike – Car
5	GrabExpress	Bike – Car
6	GrabJastip	Bike – Car
7	Grab Express-Instant	Bike – Car

Sumber: www.Grab.com

Berdasarkan data pada tabel 1.3 dapat diliha bahwa, pada aplikasi Grab terdapat beberapa macam pelayanan yang disediakan seperti, Grabfood biasanya digunakan untuk memesan makanan/minuman. Lalu Grab Bike dan Grab Car

digunakan seperti ojek online. Grab Mart kitab bisa digunakan untuk memesan barang kebutuhan yang ada di mall langsung dari aplikasi. Grab Express biasanya digunakan untuk mengirimkan barang secara langsung sebagai jasa titip.

Selain Grab di Indonesia juga ada beberapa transportasi online seperti Gojek, Maxim dan lain-lain. Tiap Grab, Gojek dan Maxim ini memiliki perbedaan harga dan layanan lainnya. Berikut Perbandingan Tarif Grab dan Pesaing lainnya.

Tabel 1.4
Perbandingan Harga Jasa Grab Bike, GoRide dan Maxim

Jangkauan	GrabBike	Go-Jek	Maxim
Tarif/km	Rp1.500/km	Rp4.000/km	Rp1.250/km
Tarif 12km ke atas	Rp2.500/km	Rp1.500/km	Rp2.000/km
Tarif Jam Sibuk Pagi: 05.00-09.00 Sore: 16.00-20.00	Rp2.000/km	1-4km = Rp8.000 >4km=Rp2.500/km	Berdasarkan permintaan driver

Sumber Data: www.newstempo.github.io

Berdasarkan tabel 1.4 diatas, dapat disimpulkan perbedaan tarif perjangkau yang ditempuh antar jasa transportasi online yang menggambarkan tingkat saingan yang berbasis dari tarif jangkauan yang ditempuh. Dimana tarif Go-jek memiliki harga yang berbeda-beda. Tarif Grab Bike memiliki harga yang cukup murah dibandingkan dengan transportasi online yang lain sehingga konsumen akan membandingkan harga yang lebih terjangkau. Berikut data jumlah Penduduk Kota Jambi

Tabel 1.5
Data Jumlah Penduduk Kecamatan Telanaipura Kota Jambi
Tahun 2020-2024

Tahun	Jumlah Penduduk (Orang)
2020	47.624
2021	48.716
2022	49.212
2023	49.456
2024	49.720

Sumber Data: www.Jambi.bps.go.id

Berdasarkan tabel 1.5 dapat dilihat bahwa jumlah penduduk di Kecamatan Telanaipura Kota Jambi mengalami peningkatan dalam 5 tahun terakhir. Pada tahun 2020 jumlah penduduk di Kecamatan Telanaipura sebanyak 47.624, pada tahun 2021 meningkat menjadi 48.716 kembali meningkat pada tahun 2022 sebanyak 49.212, pada tahun 2023 jumlah penduduk di Kecamatan Telanaipura kembali meningkat menjadi 49.456 dan pada tahun 2024 jumlah penduduk di Kecamatan Telanaipura Kota Jambi kembali meningkat menjadi 49.720 jiwa. Peningkatan jumlah penduduk yang terjadi akan berpengaruh terhadap kebutuhan transportasi di Kota Jambi khususnya di Kecamatan Telanaipura. Peningkatan jumlah penduduk yang terjadi akan berpengaruh terhadap kebutuhan transportasi di Kota Jambi khususnya di Kecamatan Telanaipura.

Penelitian-penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen diantaranya Rizkon dkk (2022), Ridha dkk (2022), Sri dkk (2024), mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berangkat dari latar belakang penelitian dan penelitian terdahulu, maka peneliti tertarik untuk meneliti skripsi dengan judul: **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Transportasi Online (Grab Bike) di Kecamatan Telanaipura Kota Jambi”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka indentifikasi masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Grab menjadi pilihan nomor 1 menjadi jasa transportasi yang paling banyak digunakan di Indonesia
2. Grab menjadi pilihan nomor 2 menjadi jasa transportasi yang paling banyak digunakan di Kota Jambi
3. Jumlah konsumen Grab di Kota Jambi cenderung meningkat dalam 5 tahun terakhir
4. Grab mempunyai 7 pelayanan yang ditawarkan kepada pengguna transportasi online.
5. Rata-rata harga yang ditawarkan oleh Grab lebih murah dibandingkan jasa transportasi online yang lain.
6. Jumlah penduduk di Kecamatan Telanaipura Kota Jambi cenderung meningkat dalam 5 tahun terakhir

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan hal di atas yang menjadi permasalahan akan dikaji dalam penelitian ini yang tertuang dalam rumusan masalah adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi *online* GrabBike?
2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi *online* GrabBike secara simultan?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi *online* GrabBike secara parsial?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui gambaran kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi *online* Grab.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi *online* Grab secara simultan.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi *online* Grab secara parsial.

1.5 Manfaat Penelitian

Melalui penelitian di atas diharapkan hasil dari penelitian dapat memberikan manfaat:

1. Bagi perusahaan

Diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan mengenai faktor-faktor apa saja yang selama ini masih perlu ditingkatkan dalam perusahaan.

2. Bagi peneliti

Penelitian ini dapat menambah wawasan, pengetahuan mengenai faktor-faktor apa saja yang menjadi pertimbangan untuk mempengaruhi kepuasan pelanggan.

3. Bagi pembaca

Penelitian ini akan menjadi pengetahuan yang dapat dipakai sebagai sarana untuk menerapkan teori yang diperoleh dalam bidang pemasaran.

