

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

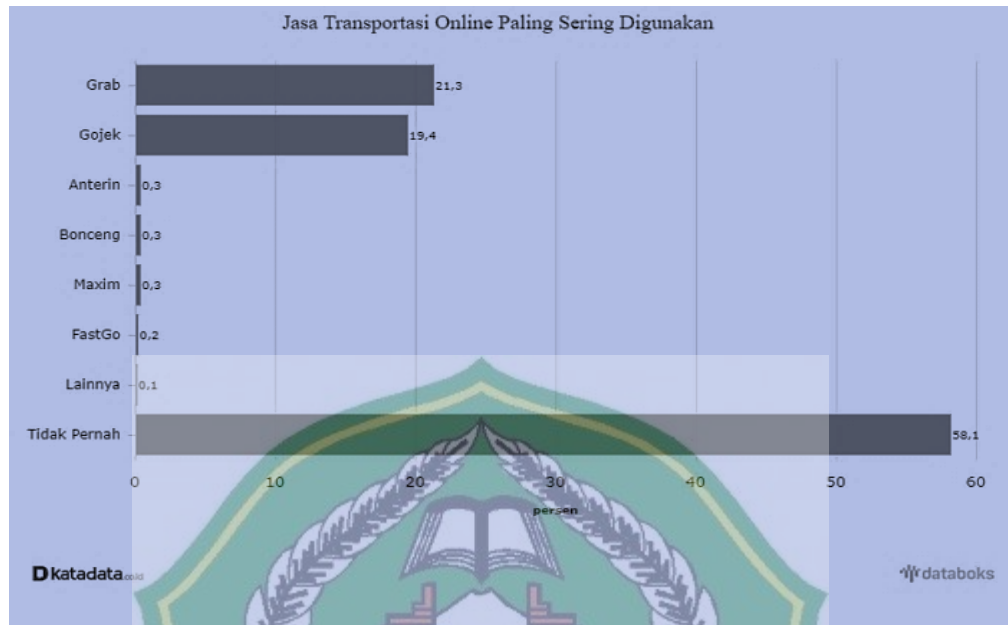
Setiap masyarakat mempunyai aktivitas yang berbeda, untuk dapat melakukan beragam aktivitasnya masyarakat membutuhkan adanya transportasi. Masyarakat menggunakan transportasi untuk memudahkan aktivitas sehari-hari. Setiap orang membutuhkan transportasi untuk berbagai aktivitasnya seperti bekerja, sekolah, berwisata dan aktivitas lainnya. Banyaknya masyarakat yang masih mengandalkan angkutan umum nampaknya tidak diimbangi dengan penyediaan angkutan umum yang memadai, terutama dalam hal mobilitas. Apalagi dengan berbagai permasalahan yang muncul di perkotaan seperti kemacetan lalu lintas, minimnya pelayanan dan kondisi angkutan umum yang belum sesuai dengan harapan masyarakat. Adapun masalah lain muncul dengan banyaknya kejahatan yang dilakukan di angkutan umum, hal tersebut semakin meningkatkan ketidaknyamanan masyarakat di angkutan umum. (Tumuwe et al, 2018).

Transportasi merupakan sarana umum yang digunakan untuk mengangkut suatu barang atau manusia dari satu tempat ke tempat yang lain. Kemunculan transportasi online disaat kondisi transportasi yang masih belum tertata dengan baik tentunya membawa kabar baik bagi sebagian masyarakat. Saat ini mulai banyak perusahaan besar yang berlomba-lomba untuk membentuk transportasi *online* yang menggunakan aplikasi, diantaranya yaitu Grab, Gojek, ataupun Uber (Azizah, 2018).

PT. Grab Indonesia merupakan salah satu perusahaan transportasi *online* yang memimpin revolusi industri transportasi ojek di Indonesia. Grab sendiri merupakan layanan antar jemput yang menggunakan ojek modern berbasis aplikasi. Seperti halnya transportasi yang menggunakan mobil (GrabCar), GrabBike, taxi, jasa pesan antar makan serta jasa pengiriman barang (Bustam et al, 2017).

Gambar 1.1

Jasa Transportasi Online Paling Sering Digunakan



Sumber: (APJII 2020)

Berdasarkan hasil riset yang diperoleh dari survey Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) melalui kuesioner dan wawancara pada tahun 2020 yang mencatat bahwa layanan yang paling sering digunakan oleh masyarakat yakni transportasi *online* Grab dan Gojek. Sekitar 21,3% responden mengaku sering menggunakan transportasi *online* Grab ketika akan bepergian. Sementara ada sekitar 19,4% responden menggunakan aplikasi Gojek saat akan bepergian. Adapun responden yang lebih memilih layanan aplikasi transportasi online lainnya, seperti Anterin, Bonceng, Maxim, dan FastGo yang mana berkisar di rentang 0,1%-0,3%. Adapun sekitar 58,1% responden yang mengaku tidak pernah menggunakan layanan aplikasi transportasi *online* (<https://databoks.katadata.co.id/>).

Semakin tingginya minat pelanggan terhadap penggunaan jasa transportasi online tentunya membuat persaingan yang semakin ketat. Seiring dengan adanya kemajuan teknologi, perusahaan dituntut untuk

mengikuti perkembangan zaman agar tidak tertinggal dengan pesaingnya. Untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus dapat memberikan kepuasan kepada para pelanggannya, misalnya dengan memberikan jasa yang berkualitas tinggi, harga yang murah dan pelayanan yang lebih baik dari pesaingnya. Jasa yang buruk, harga yang tinggi, dan layanan buruk dapat menyebabkan ketidakpuasan pelanggan, dalam berbagai tingkatan. (Yunita, 2019).

Adapun faktor – faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pada pelanggan adalah kualitas pelayanan, kualitas produk, harga dan promosi (Siregar, 2022). Selain itu, faktor –faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah citra merek, kualitas pelayanan, pemanfaatan teknologi pemasaran, keamanan, persepsi harga, kemudahan dan metode pembayaran (Istiana, 2021).

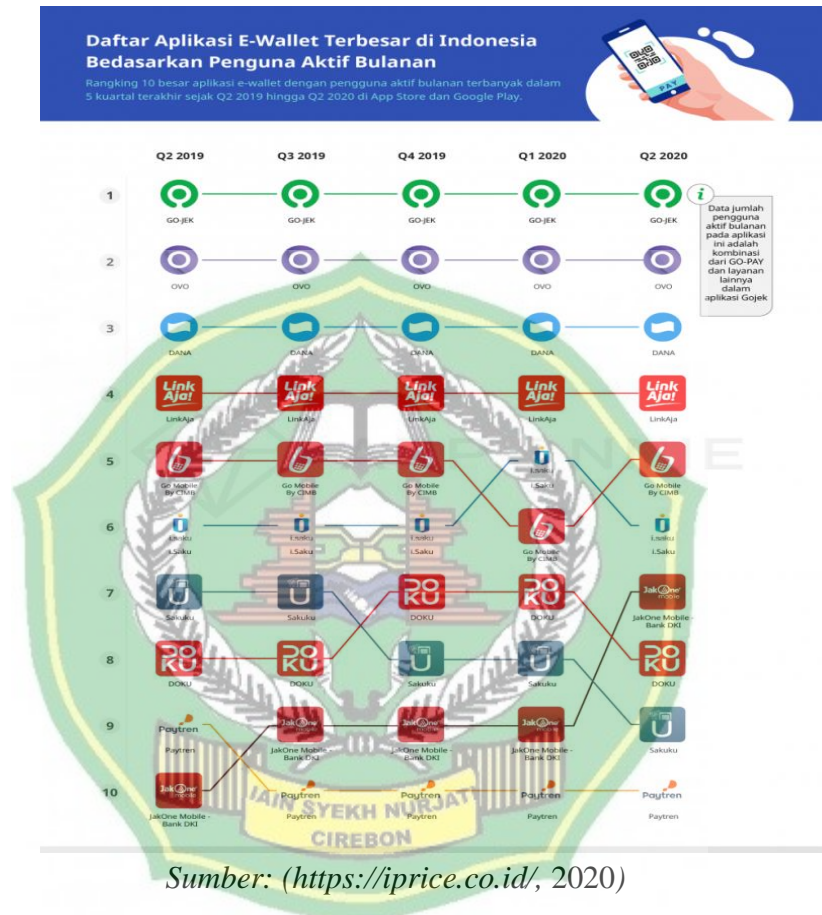
Saat ini perusahaan mulai melihat bahwa sudah tidak banyak lagi jumlah uang yang beredar seperti dahulu, saat ini pembayaran non tunai mulai digunakan oleh masyarakat untuk melakukan sebuah transaksi. Seperti kartu debit *e-money*, kartu kredit, penggunaan aplikasi pembayaran yang melalui *smartphone* dan sebagainya yang mana dikeluarkan dari pihak bank bertujuan untuk mempermudah sebuah transaksi yang digunakan. (Ginting, 2019).

Grab saat ini merupakan salah satu perusahaan jasa transportasi yang menggunakan sistem pembayaran *E-Payment* atau non tunai yang melalui internet. Grab muncul pada tahun 2012 yang mana sistem pembayarannya masih menggunakan uang tunai. Namun seiring berkembangnya teknologi yang semakin maju Grab mulai menggunakan transaksi digital GrabPay, dan sampai pada tahun 2018 sistem pembayaran digital GrabPay telah disempurnakan dengan menggunakan *platform* baru bernama *OVO cash*. Dimana *OVO* merupakan *fintech* yang dikembangkan oleh Lippo Group bekerja sama dengan Grab untuk sistem pembayaran. *OVO* juga termasuk dalam salah satu daftar aplikasi yang sering digunakan berdasarkan

pengguna aktif bulanan (Fajar, 2019).

Gambar 1.2

Daftar Aplikasi E-Wallet Terbesar Di Indonesia Berdasarkan Pengguna Aktif Bulanan



Berdasarkan data yang didapatkan di atas, aplikasi Gopay, OVO, Dana dan LinkAja menjadi empat *E-Wallet* dengan jumlah pengguna aktif bulanan tertinggi pada kuartal kedua tahun 2019 sampai kuartal kedua tahun 2020. Berdasarkan jumlah pengguna aktif keempat pemain ini, Ipsos menyelidiki ketenaran dari masing-masing pemain dompet elektronik utama di negara ini. Hasilnya, 58% responden memilih Gopay sebagai *E-Wallet* yang paling mereka kenal, diikuti oleh OVO sebesar 29% dan Dana 9% serta Link Aja sebesar 4% (https://iprice.co.id/, 2020).

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang dapat

mempengaruhi kepuasan pelanggan, dalam hal ini kualitas pelayanan yang diberikan Grab masih belum mampu mencapai tingkat kepuasan yang diinginkan pelanggan dan masih memiliki kelemahan yang biasanya diabaikan dari *driver* itu sendiri, seperti *driver* merokok saat mengemudi sehingga menimbulkan rasa tidak nyaman terhadap pelanggan, *driver* membatalkan pesanan secara sepihak, dan *driver* ugal-ugalan di jalan sehingga membuat pelanggan tidak merasa aman ketika menggunakan layanan jasa transportasi *online*. Hal ini tentunya sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan menunjukkan bahwa masih ada kelemahan-kelemahan *driver* dalam menyikapi kualitas pelayanan untuk dapat memenuhi kepuasan pelanggan. Adapun masalah lain yang sering terjadi pada transportasi online grab seperti kedatangan pengemudi Grab tidak sesuai dengan estimasi yang diberikan aplikasi sehingga membuat pelanggan menunggu terlalu lama, pengemudi Grab yang minim pengetahuan mengenai rute penjemputan atau lokasi tujuan konsumen, aplikasi map rusak atau eror. (Soromi, 2019).

Selain kualitas pelayanan, promosi juga mempunyai pengaruh yang cukup besar dalam kepuasan pelanggan dimana promosi merupakan sesuatu yang bersifat menjual apa yang digunakan produsen jasa transportasi online grab untuk menarik minat konsumen untuk menggunakan suatu jasa yang ditawarkan dan diharapkan mampu mencukupi kebutuhan dan harapan konsumen jasa tersebut. permasalahan yang terjadi dalam promosi yang ditawarkan jasa transportasi online grab kurang menariknya promosi yang diberikan dibandingkan dengan jasa transportasi online lainnya seperti gojek. Adapun terkadang kode promo yang ada tidak bisa digunakan sehingga membuat pelanggan merasa kecewa. Dalam hal ini pelanggan akan lebih mempertimbangkan lagi pada pengguna transportasi online grab (Fatimah, 2019).

Jika perusahaan Grab terus menerus melakukan kesalahan dan tidak memperbaiki apa yang dapat membuat pelanggan merasa tidak puas atas

kinerja yang dirasakan maka mudah untuk perusahaan transportasi *online* lainnya untuk dapat menyaingi dan merebut pelanggan Grab.

Berdasarkan fenomena yang telah dipaparkan di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan sebuah penelitian dengan judul **“PENGARUH *E-PAYMENT*, KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN TRANSPORTASI ONLINE GRAB (Studi Kasus Mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon Angkatan Tahun 2019)”**.

B. Batasan Masalah

Untuk menghindari pembahasan masalah yang terlalu luas dalam penelitian, maka penulis menetapkan masalah dengan ruang lingkup yang lebih sempit yaitu:

1. Subjek penelitiannya adalah Mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon Tahun 2019
2. Penelitian ini berfokus pada mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon tahun 2019 yang menggunakan layanan transportasi *online* Grab.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka permasalahan pokok dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah *E-Payment* berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan transportasi *online* Grab pada mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan transportasi *online* Grab pada mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon?
3. Apakah promosi berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan transportasi *online* Grab pada mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon?
4. Apakah *E-Payment*, kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan transportasi *online* Grab

pada mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon?

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan diadakannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengidentifikasi pengaruh *E-Payment* terhadap kepuasan pelanggan transportasi *online* Grab pada mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon
2. Untuk mengidentifikasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan transportasi *online* Grab pada mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon
3. Untuk mengidentifikasi pengaruh promosi terhadap kepuasan pelanggan transportasi *online* Grab pada mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon
4. Untuk mengidentifikasi pengaruh secara simultan *E-Payment*, kualitas pelayanan dan promosi terhadap kepuasan pelanggan transportasi *online* Grab pada mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon

E. Manfaat Penelitian

Dengan dilakukannya penelitian ini, tentunya penulis mengharapkan hasil yang diperoleh dapat memberi manfaat dan berguna antara lain:

1. Bagi penulis

Penelitian ini dapat memberikan pengetahuan dan wawasan *khazanah* keilmuan dan penulisan mengenai pengaruh *E-Payment*, kualitas pelayanan dan promosi terhadap kepuasan pelanggan transportasi *online* Grab pada mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon

2. Bagi mahasiswa dan pembaca

Sebagai sumber informasi dan referensi yang dapat digunakan sebagai sumber dalam melakukan penelitian serta sebagai bahan bacaan untuk menambah pengetahuan yang lebih luas mengenai *E-Payment*, kualitas pelayanan dan promosi terhadap kepuasan pelanggan transportasi *online* Grab pada mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

3. Bagi lembaga

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai salah satu bahan pertimbangan dalam menciptakan karya-karya ilmiah bagi seluruh civitas akademika di IAIN Syekh Nurjati Cirebon maupun pihak-pihak yang membutuhkan.

F. Sistemantika Penulisan

Untuk mempermudah dalam penyusunan dan memahami terhadap penelitian ini penulis menguraikan sistematika penulisan menjadi dalam beberapa bab. Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini memuat uraian tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat dari penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini memuat tentang teori yang melandasi penelitian sebagai acuan dalam melakukan sebuah analisis terhadap permasalahan, penelitian terdahulu untuk mengetahui gambaran dari penelitian sebelumnya, kerangka pemikiran dan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini memuat tentang deskripsi variabel penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, serta metode analisis yang digunakan dalam penelitian.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Bab ini memuat tentang gambaran umum objek penelitian, deskripsi data penelitian, analisis data dan pembahasan hasil dari penelitian.

BAB V : PENUTUP

Bab ini memuat tentang kesimpulan dari hasil penelitian dan saran.