

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Setiap perusahaan dituntut untuk siap menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat dengan perusahaan-perusahaan lain dari seluruh dunia untuk menghadapi globalisasi yang sering dikatakan era dunia tanpa batas. Pada era maju seperti saat ini teknologi sebagai acuan untuk menjadi peluang bisnis yang menjanjikan. Dengan kata lain, banyak perusahaan dan produk menggunakan teknologi sebagai standard operasional demi menjaga persaingan dengan perusahaan dan produk lain yang semakin kuat. Namun kompleksitas persaingan yang dihadapi perusahaan tersebut akan memaksa setiap perusahaan untuk selalu berusaha meningkatkan pelayanannya terhadap konsumen.

Para pengusaha sebagai produsen tidak saja sekedar bertugas untuk menciptakan suatu produk atau jasa semata, tetapi juga disertai kemampuan untuk mengetahui kebutuhan-kebutuhan konsumen akan suatu produk atau jasa. Pengusaha berlomba-lomba untuk mencari faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memilih suatu produk dan menyusun strategi pemasaran yang tepat, sehingga dapat mendominasi pasar yang ada. Keberhasilan perusahaan menjalin hubungan dengan pelanggan, sehingga dapat bertahan dalam jangka panjang dan dapat mempertahankan hubungan dengan pelanggan secara berkesinambungan merupakan suatu keunggulan kompetitif bagi perusahaan tersebut.

Dalam persaingan bisnis yang bebas ini, syarat agar suatu perusahaan dapat sukses dalam persaingan tersebut adalah berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Agar tujuan tersebut tercapai, maka setiap perusahaan harus dapat menghasilkan dan menyampaikan barang dan jasa yang diinginkan konsumen sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya. Maka daripada itu banyak perusahaan menggunakan aplikasi untuk tempat menjual dan melayani konsumen untuk menjaga dan mempertahankan konsumen. Dengan begitu banyak, perusahaan penyedia jasa juga merasakan perkembangan teknologi yang semakin menjalar di setiap aspek kehidupan yang bergantung terhadap teknologi.

Tidak terkecuali jasa penyedia transportasi yang menggunakan teknologi sebagai standar kerja setiap karyawannya. Teknologi yang digunakan kebanyakan adalah dalam bentuk aplikasi dan *online* dengan menghubungkan dengan jaringan internet untuk menjalankan aplikasi yang dapat di akses dengan mudah di *smartphone* yang memiliki *platform* dasar berbasis iOS dan Android dengan cara mendownload aplikasi tersebut via aplikasi basic dari setiap *platform* iOS dengan *App Store* dan Android dengan *Play Store*. Sudah banyak yang perusahaan penyedia jasa transportasi online yang berbasis aplikasi antara lain : ***GO-Car, Grab Car, Uber Taxi, My Blue Bird*** yang sudah bersaing sebagai perusahaan penyedia jasa transportasi *online*.

Grab Car adalah salah satu dari bagian fitur yang disediakan oleh perusahaan *Grab* yang dimana perusahaan hanya menyediakan sistem aplikasi yang dibuat oleh *grab* tapi karyawan yang diperkerjakan sebagai supir dari *grab car* berasal dari

masyarakat yang memiliki mobil sebagai standar. Mobil yang digunakan untuk para pekerja *grab* sangat dibebaskan dari berbagai merek dengan syarat memiliki surat-surat yang lengkap dan supir *grab car* harus yang sudah mengetahui rute kota Medan dengan baik. *Grab car* sudah dirilis di kota Medan pada bulan juni 2016 dan dalam waktu sebentar saja *grab* sudah banyak mendapat simpatik dari masyarakat umum. Pada saat rilis perdana di Medan banyak promo perjalanan yang di berikan oleh *grab* untuk para penumpang dari *grab car* tersebut.

Dengan banyaknya pesaing dalam bisnis *startup* taksi online membuat perusahaan jasa taksi online saling bersaing untuk membuat harga yang paling terjangkau. Dengan membuat harga perjalanan yang terjangkau membuat *grab* banyak diminati oleh konsumen karena sejauh apapun jarak yang ditempuh tarif yang di kenakan ke penumpang relatif masuk akal dibanding harga taksi konvensional yang masih menggunakan argo. Oleh sebab harga yang cukup terjangkau dan kemudahan untuk *booking* taksi membuat banyak masyarakat beralih ke jasa taksi online termasuk *grab* yang banyak diminati masyarakat.

Banyaknya taksi online yang beredar di kota Medan membuat para pemilik perusahaan taksi konvensional ikut andil dalam persaingan dengan meluncurkan software yang berbasis untuk memudahkan pelanggan memesan taksi konvensional, tetapi tarif yang ditetapkan masih tidak terlalu jauh dengan tarif yang berlaku sebelumnya. Walaupun begitu masih banyak masyarakat yang menggunakan taksi konvensional ketika saat dalam keadaan genting dan membutuhkan transportasi yang cepat. Dengan harga yang relatif sama dengan yang harga yang lama dan sistem yang

belum bisa mengestimasi harga dengan ril menggunakan jarak via *google maps* membuat penumpang harus membawa uang berlebih agar tidak kekurangan uang ketika membayar tarif taksi.

Berbeda dengan jasa penyedia transportasi *online* yang sudah dapat membuat estimasi harga atau tarif yang dikenakan penumpang via aplikasi ketika berjalan dekat ataupun jauh tanpa harus memakai argo. Dengan begitu, penumpang tidak perlu menyediakan uang berlebih ketika harus berjalan jauh dan ketika dalam kemacetan tarif yang di gunakan cenderung tetap. Berbeda dengan taksi konvensional ketika perjalanan jauh atau ketika dalam kemacetan yang dimana argo tetap terus berjalan walaupun keadaan mobil sedang berhenti.

Melihat dari sisi lain pelayanan yang ditawarkan oleh taksi konvensional dengan taksi online cukup berimbang dimana ketika pemesanan taksi konvensional *costumer service* dapat melayani calon penumpang dengan baik dan *attitude* berbahasa yang baik. Serta saat supir taksi konvensional menyambut penumpang ke dalam mobil dengan tutur bahasa yang baik dan lembut tetapi banyak keluhan yang didapatkan oleh supir taksi konvensional dengan kebiasaan supir yang sering ugal – ugalan membuat pelayanan taksi konvensional menjadi turun. Berbeda halnya dengan perusahaan grab yang memberikan pelayanan berbeda dengan taksi konvensional karena tidak adanya *costumer service* untuk memesan taksi online karena semua menggunakan aplikasi. Sama halnya dengan taksi konvensional, supir dari grab menyambut dan melayani penumpang dengan baik dan dalam perjalanan cenderung

supir grab lebih nyaman dibanding dengan taksi konvensional dan para pesaing yang setara dengan *grab*.

Sehubungan dengan banyaknya pesaing dibidang jasa transportasi *online* yang ada di kota Medan, maka *grab* merupakan salah satu penyedia jasa transportasi *online* mengatasi persaingan tersebut dengan memperhatikan beberapa hal yang berhubungan dengan peningkatan penggunaan *grab car* di masyarakat antara lain dengan menawarkan harga yang bersaing dibandingkan dengan pesaingnya dan juga meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan agar pelanggan meraih kepuasan dalam menggunakan jasa *grab*.

Dengan begitu banyaknya pesaing dalam bisnis jasa transportasi online membuat para perusahaan jasa transportasi online saling adu untuk menjadi yang terbaik oleh konsumen. Mulai dari membuat harga yang semurah mungkin untuk menambah minat pelanggan dan meningkatkan kualitas pelayanan driver maupun service kepada pelanggan. Agar terpenuhinya tujuan untuk menjadi yang terbaik dalam memenuhi kepuasan pelanggan.

Dengan semakin meningkatnya teknologi maka daya pola pikir yang kritis dan kriteria kepuasan pelanggan semakin berkembang membuat pelanggan lebih detail dalam mencapai kepuasannya. Maka dari itu, para pengusaha jasa transportasi online bersaing membuat harga yang semurah mungkin untuk menarik antusiasme pelanggan untuk menggunakan jasa mereka tetapi dengan memberikan pelayanan yang baik untuk tercapainya kepuasan pelanggan yang diinginkan.

Dilihat dari segi pelayanan yang di berikan kepada pelanggan oleh grab, membuat banyak orang menggunakan jasa transportasi dari grab car. Serta dari segi harga yang cukup terjangkau dan cukup masuk akal membuat grab dapat bersaing dengan jasa transportasi online. Berdasarkan uraian latar belakang di atas peneliti melakukan penelitian dengan judul, **”Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan *Grab Car* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa *Grab Car* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa *Grab Car* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area?
3. Apakah harga dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa *Grab Car* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini antara lain :

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa *Grab Car* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa *Grab Car* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa *Grab Car* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.

D. Manfaat Penelitian

Hasil dari penyusunan penelitian ini, diharapkan dapat memberikan suatu manfaat, baik langsung maupun tidak langsung bagi berbagai pihak, yaitu :

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang berguna kepada pihak perusahaan *Grab* Indonesia.

2. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dan wawasan khususnya dalam bidang manajemen pemasaran dan mengaplikasikan ilmu akademis di dunia kerja.

3. Bagi Lembaga Pendidikan

Menambah dan melengkapi bahan referensi dan literatur bagi mahasiswa lainnya di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.

4. Bagi Peneliti Lainnya

Dapat menambah wawasan kepada peneliti lainnya terhadap ilmu manajemen dan menjadi referensi dalam penelitian lainnya.

