

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Seiring berkembangnya zaman, jagat pemasaran selalu mengalami akselerasi secara kontinyu, mulai rancangan konvensional sampai rancangan modern. Peningkatan kuantitas kompetitor, kompleksitas teknologi serta kenaikan pendidikan pemasaran telah memusatkan serta memicu para profesional bidang usaha untuk berinovasi dalam meningkatkan strategi untuk memenuhi impian pelanggan. Para pelaku bidang usaha perlu mengikuti perubahan pasar serta sanggup menghasilkan gagasan supaya product yang mereka sajikan bisa menarik atensi pelanggan, alhasil bisa penuhi keinginan pelanggan dengan cara pas cocok dengan kebutuhannya..

Kemajuan yang lebih cepat dalam strategi pemasaran pastinya akan mengarah pada inovasi yang berkepanjangan kala para pelaku bidang usaha bersaing, yang dapat diamati dari bertambahnya jumlah product terbaru dengan bermacam inovasi. Walaupun begitu, aktivitas yang dicoba oleh perusahaan serta dipengaruhi oleh situasi sesuatu negeri, salah satunya merupakan tingkatan pembangunan masyarakat. Melonjaknya tingkatan kemajuan masyarakat berakibat pada tingkatan keinginan masyarakat seperti transportasi. Transportasi merupakan upaya serta aktivitas mengangkut benda ataupun penumpang dari suatu tempat ke tempat lain. Transportasi ataupun pemindahan sungguh berarti serta tidak bisa dipisahkan dari kegiatan kehidupan warga Indonesia. (Kamaludin, 2003: 13)

Aktivitas transportasi telah terdapat dari masa lampau. Sebagai makhluk sosial, masyarakat memiliki banyak keinginan yang harus dipenuhi untuk

kesejahteraannya. Keinginan ini bisa jadi tidak terpenuhi di satu tempat. Oleh sebab itu, menurut Abbas Salim, (2000: 45) orang perlu memakai alat transportasi untuk mengangkut orang ataupun benda dari satu tempat ke tempat lain.

Industri pelayanan transportasi menyediakan jasa buat menunjang masyarakat dalam pekerjaan sehari-hari untuk meningkatkan kemampuan serta pergerakan yang intensif. Pelayanan transportasi merupakan pelayanan yang memberikan pelayanan alat transportasi pada masyarakat. Untuk memenuhi kebutuhan konsumen, perusahaan wajib menjajaki kemajuan teknologi. Kompetisi antar pelayanan transportasi didasarkan pada penyediaan bentuk teknis yang lebih maju serta berdaya guna pada konsumen pelayanan.

Dengan banyaknya konsumen ponsel pintar di Indonesia dan kemajuan teknologi informasi, transportasi umum sudah dikembangkan lewat aplikasi yang bisa diakses lewat ponsel pintar ataupun biasa dikenal dengan ojek online (ojol) yang bisa mempermudah masyarakat untuk bepergian dan tinggal. Ojek online (ojol) bermula dari Jakarta selaku pencetus ojek online Indonesia, saat ini trafik ojol juga mulai berkembang sampai kota Surabaya. Pada tahun 2016, moda transportasi darat bagi hayalak umum secara berangsur mulai berganti. Semenjak beberapa tahun lalu, banyak pengendara sepeda motor di jalanan Surabaya yang menggunakan atribut bercirikan hijau berlogokan Gojek. Pasca menjamurnya Gojek, tibalah aplikasi ojol lain yakni Uber dan Grab. Menurut data dari Indonesia (diakses tekno.liputan6.com pada 13 Januari 2018), jumlah unique visitors antara Gojek dan Grab hampir sama (8,8 juta dan 8,6 juta per bulan).

Grab mempunyai dasar konsumen 8, 6 juta. Sebaliknya Jumlah konsumen Uber kurang lebih seperempat (2, 3 juta per bulan). Gojek mempunyai dasar konsumen 8, 8 juta. 4 juta konsumen Gojek juga memakai Grab. Menariknya, masing- masing 15, 8% serta 16, 9% konsumen Gojek dan

Grab pula memakai Uber. Tetapi, 60% konsumen Uber mengenakan Gojek dan Grab. Di dasar ini yakni catatan tarif serta jenis layanan buat dua pengiriman daring.

Tabel 1.1
Daftar Tarif dan Jenis Pelayanan Transportasi *Online*

Transportasi <i>Online</i>	Tarif	Jenis Pelayanan
Gojek (www.Gojek.com)	<ul style="list-style-type: none"> • Tarif minimum Rp12.000 • Tarif 1-10 km Rp12.000 • Tarif 10-15 km Rp15.000 • Jarak lebih dari 15 kilo meter, ditambah Rp2.000 per kilo meter 	1. Go-Ride 9. Go-Send 2. Go-Car 10. Go-Pulsa 3. Go-Bluebird 11. Go-bills 4. Go-Food 12. Go-Shop 5. Go-Mart 13. Go-Message 6. Go-Tix 14. Go-Clean 7. Go-Box 15. Go-Glam 8. Go-Med 16. Go-Busway
Grab (www.grab.com)	<ul style="list-style-type: none"> • Tarif minimum Rp10.000 • Tarif per km Rp1.500 • Jam sibuk (06:00 - 09:00) dan (16.00 - 19.00), (Senin - Jumat)ditambah Rp5.000 	1. Grab Shared 2. Grab Car 3. Grab Hitch 4. Grab Bike 5. Grab Taxi 6. Grab Express 7. Grab Food

Sumber Data: hasil olahan peneliti (pada situs resmi Gojek, Grab di akses 2020)

Dari bagan di atas, Gojek memberikan layanan yang lebih bagus dari pada GrabBike. Grab mempunyai 7 layanan, sebaliknya Gojek mempunyai 16 layanan. masalah harga, Grab lebih ekonomis dari Gojek.

Harga, promosi serta mutu layanan yang menggambarkan bagian dari strategi bauran pemasaran memang memainkan kedudukan yang amat berarti dalam pengaruhi keputusan pembelian. Keputusan pembelian merupakan langkah yang dilewati pelanggan ketika memutuskan apakah hendak membeli product serta pelayanan(Kotler, 2002: 180).

Inilah yang dicoba PT. Mengambil Startup yang dibuat oleh Anthony Tan

ini ialah perseroan yang dibangun di Malaysia pada tahun 2012 untuk menyediakan layanan serta aplikasi transportasi berplatform Internet, serta dengan seluruh kemampuan yang diberikannya, untuk menghasilkan manfaat tambahan bagi konsumen paratransit. Grab sudah menyediakan bermacam guna layanan untuk penuhi kebutuhan masyarakat yang selalu meningkat sampai Juni 2017, seperti Grab- Hitch(Nebeng) Car , Grab- Taxi, GrabBike, Grab- Express, Grab- Car,serta saat ini Grab sudah mempunyai 6 posisi di Asia Negeri atau wilayah yang berfungsi di Tenggara, termasuk Indonesia, Filipina, Singapore, Vietnam, Thailand, serta Malaysia. Dengan bermacam perlakuan istimewa, harga terjangkau dan kemudahan pengoperasian yang disediakan oleh perusahaan, product ini juga diterima dengan baik oleh konsumen dari berbagai kalangan.

Grab berupaya melakukan promosi secara intensif dalam periklanan melalui berbagai media (seperti media sosial, aplikasi, billboard, dll) agar dapat menjangkau masyarakat yang lebih luas. Promosi biasanya menyertakan kode promosi Baik pengguna lama maupun baru aplikasi Grab dapat menikmati diskon dan kode promo untuk perjalanan gratis. Grab pula sering berkolaborasi dengan event- event khusus untuk membagikan tanda pesanan spesial bagi mereka yang melaksanakan perjalanan dari dan ke tempat kegiatan. Terdapat pula promo spesial untuk konsumen Grab yang melaksanakan pendaftaran kartu kredit dengan metode pembayaran perjalanan. Dari penjelasan yang dipaparkan, pengarang berminat buat menguasai variable harga, promosi serta mutu jasa. Mengenai ketetapan pelanggan Surabaya, permasalahannya jumlah konsumen antara Grab serta Gojek tidak jauh berlainan(8, 6 juta: 8, 8 juta)

Walaupun Grab cuma memiliki 7 fungsi layanan dibandingkan Gojek yang mempunyai 16 layanan, namun Gojek tengah unggul dalam jumlah pelanggan di Indonesia, meski strategi penjualan harga serta promosi lebih baik dari Grab. Oleh sebab itu, peneliti berminat untuk melaksanakan riset dengan judul

“PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMILIH GRAB DI KOTA SURABAYA”.

1.2. Rumusan Masalah

Bersumber pada konteks yang telah dipaparkan, bahasan yang akan disoroti penulis mencakup beberapa hal sebagai berikut:

1. Apakah kualitas, tarif layanan serta kegiatan iklan memiliki pengaruh yang signifikan?
2. Memilih Grab di Surabaya, apakah keputusan untuk memilih konsumen sekaligus?
3. .Apa saja faktor-faktor dalam harga, kualitas layanan dan promosi?
4. Pengaruh dominan pemilihan Grab di Surabaya terhadap pengambilan keputusan konsumen?

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

- 1 Mengetahui dampak signifikan tarif, mutu layanan serta promosi kepada keputusan pelanggan di Surabaya untuk memilih Grab.
- 2 Mengetahui aspek dominan yang mempengaruhi keputusan atau pilihan pelanggan terhadap Grab.

1.4. Manfaat Penelitian

Harapannya semoga temuan dalam riset ini bisa membawa manfaat untuk:

1. Pemilik usaha jasa transportasi online, pahami aspek mana yang paling besar pengaruhnya kepada pilihan transportasi online pelanggan sehingga bisa menguasai apa yang sangat diinginkan