

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kota Kupang merupakan Ibu Kota Provinsi Nusa Tenggara Timur (NTT). Kota Kupang sendiri biasa disebut sebagai Kota Kasih karena penduduknya yang begitu ramah dan saling mengasihi satu dengan yang lainnya. Seiring dengan perkembangan jaman dan semakin meningkatnya taraf hidup masyarakat, maka masyarakat juga semakin berkembang dalam gaya hidup. Masyarakat pada saat ini lebih menyukai budaya instan yaitu cara yang cepat dan praktis salah satunya dalam aspek jasa transportasi. Jasa transportasi adalah salah satu aspek yang cukup penting dalam masyarakat sebagai salah satu aspek memperlancar aktivitas setiap individu setiap hari seperti bekerja, bersekolah dan berbagai kegiatan lain.

Dewasa ini, tidak asing mendengar istilah *startup* dalam dunia bisnis di Indonesia. Definisi dari *startup* yaitu, suatu tindakan dan proses untuk memulai organisasi baru ataupun usaha bisnis. *Startup* juga merupakan sebuah perusahaan yang baru dibangun atau yang biasa disebut dengan perusahaan dalam masa rintisan dan berada dalam fase pengembangan serta penelitian untuk dapat menemukan pasar yang tepat. Namun, perusahaan startup tidak berlaku untuk semua bidang usaha, contoh jenis bisnis *startup* seperti pengembangan aplikasi, sistem pembayaran, jasa, perdagangan, dan lain sebagainya. Istilah *startup* ini lebih dikategorikan untuk perusahaan baru yang berada di bidang teknologi dan informasi yang berkembang di dunia internet. Meskipun pengertian *startup* tidak harus bergerak dalam bidang teknologi, namun mayoritas *startup* yang ada pada saat ini telah memiliki aplikasi digital. *Startup* sudah menjadi populer secara

internasional sejak tahun 1998, banyak perusahaan yang didirikan di dunia internet pada periode tahun 1998-2000. Dengan demikian, kebanyakan perusahaan mengikuti jejak *startup* dan memanfaatkan internet sebagai sarana untuk mengembangkan bisnisnya.

Faktor pengguna internet ini sangat mempengaruhi daya beli masyarakat yang semakin tinggi, seiring dengan naiknya pendapatan perkapita di Indonesia yang turut berpartisipasi dalam perkembangan industri digital. Dengan demikian, sarana ini menjadi lahan yang menggiurkan untuk mendirikan sebuah perusahaan *startup*.

Perkembangan jasa transportasi semakin berkembang pesat dari tahun ke tahun. Jasa transportasi adalah jasa yang memberikan layanan untuk pemindahan dari satu lokasi ke lokasi lainnya. Perusahaan jasa transportasi menyediakan pelayanan untuk membantu dan mempermudah seorang individu dalam melakukan aktivitas sehari-hari. Saat ini perkembangan teknologi akan selalu dibutuhkan untuk kemajuan Negara. Setiap inovasi teknologi yang diciptakan akan memberikan manfaat dalam kehidupan sehari-hari. Teknologi yang semakin canggih sudah memasuki dunia bisnis. Dalam dunia bisnis, setiap perusahaan harus mampu mengikuti perkembangan teknologi untuk dapat memenuhi loyalitas konsumen.

Fenomena yang berkembang dalam jasa transportasi saat ini yaitu transportasi umum yang menggunakan aplikasi atau biasa disebut dengan “Transportasi *Online*”.

Hadirnya ojek *online* memberikan kemudahan tersendiri untuk masyarakat. Dulu jika ingin menikmati ojek yang terpercaya adalah dengan

menyimpan nomer *handphonenya*. Hingga saat ini masih ada yang menggunakan jasa ojek panggilan. Sebab memang sudah tidak terjadi lagi penawaran untuk destinasi yang sama. Tapi itu masih bersifat pribadi dan terbatas untuk ruang lingkup kenalan atau kerabat saja. Kemajuan teknologi juga berdampak langsung kepada masyarakat Indonesia. Hal ini bisa dilihat dari mudahnya masyarakat Indonesia untuk mengakses Internet dan kepemilikan *smartphone*. Salah satu kemudahan yang didapatkan ada di bidang *startup* layanan transportasi.

Salah satu perusahaan jasa transportasi yang berbasis teknologi dengan menggunakan aplikasi *online* di Indonesia yaitu PT. Grab Indonesia. Perusahaan Grab merupakan *startup* lokal yang berkembang pesat di Indonesia. Grab merupakan perusahaan yang bergerak di bidang teknologi penyediaan transportasi. Grab adalah perusahaan yang mulanya didirikan di Malaysia. Perusahaan ini sudah terkenal dan menjadi *platform* pilihan utama bagi masyarakat di regional Asia Tenggara. Perusahaan berbasis online ini menawarkan penyediaan kendaraan roda dua dan empat. Sejarah Grab di Indonesia di mulai tahun 2014 dengan mendirikan anak perusahaan P.T. Grab Indonesia. Dengan ketenaran dan nama besar, perusahaan ini berhasil menggaet pengemudi atau *driver* sebanyak 5 juta di tahun 2017. Apalagi sejak adanya aplikasi grab, calon pengguna dengan mudah menggunakan layanan ini untuk menjangkau tempat kerja, sekolah, cafe, ataupun tempat lain.

Permulaan grab didorong dengan kemudahan untuk mengakses dan menjelajah dunia internet. Selain itu, perkembangan *smartphone* turut memiliki andil besar dalam memajukan grab itu sendiri. Perusahaan *startup* juga dituntut untuk bias mengembangkan fitur terbaik dan memberikan rasa nyaman kepada

penggunanya.

Anthony Tan adalah orang yang pertama kali memiliki ide untuk mendirikan perusahaan Grab. Tan saat itu memiliki keresahan tentang sistem transportasi yang ada di negaranya Malaysia. Dia berusaha untuk melahirkan sesuatu yang bisa membenahi sistem transportasi yang ada. Maka muncullah ide untuk membuat sistem transportasi yang mudah dan tidak ribet. Saat itu juga dia mulai mengajak rekannya, Hook ling Tin untuk mengembangkan aplikasi untuk memudahkan masyarakat menggunakan jasa transportasi. Setahun berikutnya, kedua pria tersebut mengikut sertakan ide mereka pada ajang kompetisi bernama *Harvard Businessman School* dan menjadi finalis pada ajang tersebut. Sejak saat itu kedua pria Malaysia keturunan Tiongkok ini mengembangkan bisnis. Pada mulanya Grab berhasil menguasai pasar Malaysia dan dalam tiga tahun, Grab berhasil mengembangkan pasar di Indonesia, Singapura dan Thailand. Dan sampai akhir tahun 2018, grab sudah berhasil mengepakkan bisnis semua negara di Asia Tenggara.

Grab sendiri masuk di Kota Kupang pada tahun 2018. *Grabfood* sendiri yang digunakan adalah *Grabbike*. Jam operasi setiap *driver* berbeda-beda tergantung *drivernya* sendiri, karena *driver* Grab merupakan pekerja *freelance*, ada juga yang memang asli pekerja grab dan ada juga yang menjadikan Grab sebagai pekerja sampingan. Maka dari itu grab disebut sebagai pekerja *freelance*. Kendaraan yang digunakan sebagiannya merupakan kendaraan pribadi dan sebagiannya merupakan kendaraan yang disewakan.

Grab adalah salah satu perusahaan jasa transportasi yang menyediakan layanan berbasis *mobile* dalam kegiatan operasionalnya untuk meningkatkan

kemudahan akses bagi para pelangganya dan kesejahteraan para pekerja di berbagai sektor informal di Indonesia. Grab menyediakan berbagai layanan untuk memenuhi kebutuhan dan mempermudah kegiatan masyarakat sehari-hari, termasuk transportasi, pesan antar makanan, antar barang kesuatu tempat didalam kota yang sama dan berbagai layanan lain sebagai berikut.

Tabel 1.1
Jenis-Jenis Layanan Dari Grab

No	Jenis layanan	Keterangan
1	<i>GrabBike</i>	Pemesanan layanan Transpotasi dengan menggunakan kendaraan motor (kendaraan roda dua)
2	<i>GrabCar</i>	Pemesanan layanan penyewaan kendaraan pribadi (mobil) dengan sopir

Sumber : <https://www.123ish.com/id/entries/1432-tentang-layanan-grab>, diakses pada tgl 18 Januari 2020

Berdasarkan tabel 1.1 dijelaskan bahwa dari perusahaan Grab sendiri mempunyai dua jenis layanan yakni, *Grabbike* dan *Grabcar*. Dimana *Grabbike* merupakan layanan transportasi menggunakan motor dan *Grabcar* adalah layanan transportasi menggunakan mobil

Namun dari kedua jenis layanan Grab tersebut, dari masing-masing layanan mempunyai ciri khas tersendiri. *Grabcar* merupakan layanan antar penumpang dengan tiga tingkatan yakni yang tingkat pertama penumpang dengan kapasitas empat orang, yang kedua penumpang dengan kapasitas delapan orang, dan yang ketiga penumpang dengan kapasitas lebih dari delapan orang. Kemudian *Grabbike* sendiri memiliki tiga jenis layanan yakni, yang pertama *Grabbike* itu sendiri, yang kedua *Grabexpress* sebagai pengantar barang dan surat-suratan, dan yang ketiga *Grabfood* sebagai pengantar makanan.

Layanan penyedia pesan makanan melalui aplikasi adalah salah satu jasa yang cukup penting bagi masyarakat sebagai salah satu jasa untuk memperlancar aktivitas setiap individu yang sangat padat sehingga tidak mempunyai waktu untuk membeli makanan. Grabfood sendiri memiliki beberapa agen seperti, KFC, McDonald's, Depot Kahang Jaya Liliba, Fried Chicken Brotus Kontainer, Bakso Bumi Liliba, Warung Gado-Gado Sumba Matawai, dan masih banyak lagi.

Dari beberapa agen tersebut, peneliti mengambil dua agen yakni, agen Bakso Bumi Liliba, dan agen Warung Gado-Gado Sumba Matawai yang bertempat di sekitar peneliti tinggal. Pada agen Bakso Bumi Liliba, driver grabfood yang datang memesan mencapai 1-10 orang perharinya. Dan dari setiap driver memesan 1 hingga 4 pemesanan, begitupun dengan agen warung Gado-Gado Sumba Matawai berkisar 1-5 driver grabfood yang datang untuk memesan dan setiap driver memesan 1 hingga 2 pemesanan.

Berdasarkan fenomena yang ada, dapat dilihat bahwa adanya minat masyarakat dalam menggunakan layanan *grabfood*. Dengan adanya minat masyarakat terhadap pengguna layanan *grabfood*, maka dari driver *grabfood* sendiri akan meningkatkan loyalitas terhadap pelanggan *grabfood*.

Faktor yang dapat mempengaruhi konsumen untuk menggunakan produk atau jasa dan membuatnya menjadi loyal adalah melalui kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan merupakan komponen penting karena memiliki pengaruh untuk mendatangkan konsumen baru dan mengurangi kemungkinan konsumen lama untuk berpindah jasa. Apabila jasa tersebut menanamkan kualitas yang baik, maka konsumen cenderung tertarik untuk menggunakan jasa tersebut. Dalam hal ini, para *driver* harus berusaha untuk mengantarkan pesanan sesuai dengan

estimasi waktu dan membelikan makanan sesuai dengan permintaan pelanggan. Namun masih juga dijumpai *driver* yang mengantarkan makanan tidak sesuai dengan estimasi waktu yang sudah ditetapkan. Hal ini dapat menyebabkan ketidakpuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan maka akan berdampak terhadap loyalitas pelanggan.

Faktor pelanggan merupakan pengaruh besar bagi setiap perusahaan, tidak sedikit perusahaan pesaing yang menawarkan keunggulan dan inovasi kepada pelanggan sehingga pelanggan lebih selektif dalam menggunakan jasa atau produk yang ditawarkan. Salah satu strategi perusahaan untuk meningkatkan keunggulan dalam persaingan yaitu dengan cara memprioritaskan loyalitas pelanggan.

Faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah kualitas layanan, citra merek dan harga. Kualitas layanan merupakan ketidaksesuaian antara harapan sebuah layanan dengan kinerja. Citra merek adalah persepsi tentang keyakinan konsumen mengenai merek tertentu. Dan Harga adalah nilai uang yang harus dibayarkan oleh konsumen kepada penjual atas barang atau jasa yang dibelinya.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk membuat penelitian lebih lanjut dengan judul **“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Grabfood Di Kota Kupang”**.

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas

pelanggan *grabfood*?

2. Apakah citra merek berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan *grabfood*?
3. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan *grabfood*?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan *grabfood*.
2. Untuk menganalisis pengaruh citra merek terhadap loyalitas pelanggan *grabfood*.
3. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan *grabfood*.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1.4.1 Perusahaan Grab

Penelitian ini sebagai bahan masukan bagi perusahaan agar lebih meningkatkan pelayanan bagi para pengguna Grab.

1.4.2 Instansi Pendidikan

Hasil penelitian ini dapat dijadikan masukan dan dapat menambah referensi perpustakaan.

1.4.3 Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai tambahan pengetahuan bagi penulis.