

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Jasa transportasi saat ini merupakan sarana yang sangat penting di dalam kehidupan masyarakat. Transportasi digunakan setiap masyarakat untuk memperlancar aktivitas sehari-harinya, setiap orang tentu membutuhkan transportasi dalam berbagai kegiatan seperti bekerja, bersekolah, bepergian, maupun aktivitas lainnya. Disebabkan begitu besarnya peran transportasi, maka transportasi perlu untuk di tata dalam suatu sistem transportasi nasional yang terpadu untuk mewujudkan tersedianya jasa transportasi yang aman, nyaman, cepat, teratur dan dengan biaya yang bisa dijangkau oleh semua lapisan masyarakat.

Di era perkembangan ilmu saat ini teknologi mengalami perkembangan yang sangat pesat, yang menyentuh semua aspek kehidupan manusia. Perang penting teknologi juga dibutuhkan dalam bidang transportasi. Perkembangan teknologi pada bidang transportasi saat ini dapat kita lihat pada bagaimana akses mendapatkan jasa transportasi hanya dengan sentuhan melalui *smartphone* yang secara umum telah dimiliki oleh setiap orang.

Indonesia merupakan salah satu Negara yang berkembang di dunia. Selain itu Indonesia juga tengah menjadi salah satu Negara yang memiliki pengaruh di dunia yang cukup besar. Untuk menjadi Negara yang maju, maka Negara tersebut terus dan terus berusaha lebih meningkatkan perkembangan teknologi komunikasi dari sebelumnya. Dengan adanya teknologi seperti ini dapat memudahkan segala segala pekerjaan.

Teknologi komunikasi dan juga internet berkembang dengan sangat cepat. Masyarakat pada saat ini sangat membutuhkan alat komunikasi untuk memenuhi segala kepentingannya, telepon seluler merupakan salah satu perantara kita dalam menggunakan internet. Kini telepon seluler tidak hanya dipergunakan untuk membuat panggilan dan *Short Message Service* (SMS) saja tetapi juga menjadi gaya hidup masyarakat kebanyakan pada saat ini. Masyarakat seakan tidak dapat terlepas dari telepon seluler dan internet dalam kesehariannya. Seiring meningkatnya teknologi, telepon seluler sekarang berkembang menjadi *Smartphone* yang dapat digunakan untuk mengakses internet dan sistem-sistem aplikasi apapun.

Hal ini memberikan peluang yang besar bagi para pembisnis untuk melakukan bisnis yang memanfaatkan pengguna internet dan juga aplikasi di *Smartphone*. Karena saat ini, kebutuhan masyarakat dan kecepatan informasi dan komunikasi semakin banyak sehingga menuntut perusahaan untuk menyediakan sistem yang canggih dan mudah digunakan. Mengakses internet, sosial media dan aplikasi merupakan salah satu kegiatan masyarakat yang harus terpenuhi. Teknologi semakin canggih dan segala macam informasi dapat dengan mudah untuk diakses semua orang melalui media online.

Selain kebutuhan informasi dan komunikasi yang sangat canggih saat ini. Kebutuhan transportasi juga penting bagi masyarakat. Yaitu untuk memperlancar kegiatan transportasi agar lebih cepat dan mudah dan aman. Saat ini transportasi tidak hanya menunggu di jalan ataupun menunggu di terminal, penumpang saat ini sudah dapat mengakses jasa transportasi melalui internet. Dan selalu bisa datang ke tempat yang mereka inginkan tanpa harus pergi ke jalan raya, pangkalan maupun terminal.

Pentingnya alat transportasi ini membuat perusahaan memunculkan ide untuk mendirikan usaha antar jemput dengan menggunakan media canggih seperti aplikasi di handphone. Perusahaan yang berdirinya di taksi online pun bermunculan. Berbagai sarana, fitur juga ditingkatkan guna meningkatkan persaingan dalam mendapatkan pelanggan.

Berkembangnya teknologi saat ini sangat penting pada zaman modern sekarang ini, karena teknologi adalah salah satu penunjang perkembangan manusia. Hadirnya perkembangan teknologi sekarang ini, tentunya memiliki dampak positif dan negatif terhadap semua faktor yang dapat berdampak dalam kehidupan kita. Perkembangan teknologi yang semakin dirasakan saat ini adalah melalui penggunaan internet. Asosiasi penyedia Jasa Internet Indonesia (APJII) merilis hasil riset nasional terkait jumlah pengguna dan penetrasi internet di Indonesia yang mengalami peningkatan pada tahun 2014 sebesar 34,9%. Pertumbuhan pengguna internet di tahun 2014 kemarin sangat didukung oleh pertumbuhan pengguna perangkat *mobile*, khususnya *smartphone*. APJII mencatat, di tahun 2014 akses internet melalui *smartphone mobile* mencapai 85% yang berarti mengalami peningkatan dari tahun 2013 yang baru mencapai 65%. (Sumber:liputan6.com, tahun 2015).

Manfaat internet saat ini sangat memberi banyak manfaat kepada manusia. Internet menjadi sumber utama dalam memperoleh informasi dengan cepat dan praktis. Saat ini internet juga sering digunakan dalam menjalankan sebuah bisnis, seperti bisnis dalam bidang jasa transportasi yang memanfaatkan internet dalam menunjang bisnisnya. Salah satu jasa transportasi yang sedang berkembang dan memanfaatkan teknologi internet adalah jasa transportasi GRAB.

GRAB adalah sebuah perusahaan asal singapura yang melayani aplikasi penyedia transportasi dan tersedia di enam Negara di Asia Tenggara, yakni Malaysia, Singapura, Thailand, Vietnam, Filipina , dan Indonesia. Pendiri sekaligus CEO grab bernama Anthoni Tan lulusan dari Harvard Bussiness School untuk *Master Of Bussiness Administration* (MBA). Sejak diluncurkan pada tahun 2012, aplikasi grab telah diunduh lebih dari 13 juta perangkat di seluruh asia tenggara. Lebih dari 250.000 pengemudi di jaringan GRAB, termasuk seluruh layanan dibawah aplikasi GRAB., telah menggunakan aplikasi ini untuk menerima pesanan layanan transportasi di Malaysia, singapura, Thailand, Filipina, dan Indonesia. Aplikasi GRAB dan seluruh layanan saat ini tersedia di 30 kota di enam Negara di Asia Tenggara.

Grab adalah perusahaan yang ststartup transportasi yang cukup populer. Di Indonesia saja sudah sangat familiar dan perusahaan ini semakin hari semakin besar. Jika kita mendengar tentang GRAB, kita pasti akan mengenal GRAB-Bike. Awalnya GRAB hanya focus pada taksi online, namun mengingat tuntutan pelanggan dan juga persaingan grab lalu melebarkan sayapnya dengan memulai ojek online.

Transportasi online berbasis aplikasi handphone konsumen memesan transportasi lewat system aplikasi di handphone. Dalam aplikasi sudah dapat diketahui jarak, lama memesan, harga, nama orang yang menjemput, serta perusahaan pengolanya. Seluruh identitas pengendara sudah diketahui secara pasti karena perusahaan pengelola telah melakukan proses verifikasi terlebih dahulu sebelum melakukan kerjasama kemitraan. Inilah yang membuat banyak orang baik itu laki-laki maupun perempuan, remaja bahkan ibu-ibu sekarang telah menggunakan GRAB untuk memudahkan aktifitas mereka.

Saat ini muncul transportasi yang dapat di akses menggunakan aplikasi *smartphone* yang biasa disebut sebagai transportasi *online*. Salah satu perusahaan penyedia layanan jasa transportasi *online* yang kini berkembang sangat pesat yaitu Grab. Grab hadir di Indonesia pada pertengahan tahun 2014 sebagai *social entrepreneurship* inovatif untuk mendorong perubahan sektor transportasi informal agar dapat beroperasi secara profesional. Pelayanan utama dari Grab yaitu *GrabTaxi*, dan seiring perkembangannya Grab memunculkan layanan lainnya diantaranya *GrabCar*, *GrabBike*, *GrabExpress*, *GrabFood* .

GrabTaxi adalah layanan yang memberikan akses serta kemudahan penumpang menemukan pengemudi taksi terdekat dengan aman, *GrabCar* adalah penyewaan kendaraan pribadi dengan supir yang menghadirkan kebebasan pilihan berkendara yang nyaman dan gaya, *GrabBike* adalah layanan transportasi sepeda motor yang dapat mengantar kalian ke berbagai tempat, lebih mudah dan lebih cepat tanpa perlu menunggu lama, *GrabExpress* adalah layanan kurir ekspres berbasis aplikasi yang menjanjikan kecepatan, kepastian, dan paling utama adalah keamanan, *GrabFood* adalah layanan pesan antar makanan yang memiliki banyak daftar restoran yang tersedia, dan terakhir *GrabHitch* adalah layanan tebengan separuh harga. Bertemu teman baru sekaligus mengurangi kemacetan.

Selain memberikan berbagai pelayanan dalam pemenuhan kebutuhan masyarakat, Grab juga memberikan berbagai promo berupa potongan biaya dari penggunaan layanan seperti *GrabBike*, *GrabCar*, maupun *GrabTaxi* dan layanan lainnya. Potongan biaya atau *rewards* yang diberikan oleh Grab yaitu sekitar 40% - 60% dari biaya total perjalanan pengguna. Promo ini terbilang berhasil karena telah banyak masyarakat yang sudah menggunakan jasa Grab. Total

perjalanan Grab sendiri sudah mencapai 2,5 juta setiap harinya, dan aplikasi Grab telah diunduh lebih dari 45 juta perangkat, tiga kali lipat dari jumlah unduhan pada bulan juni 2016 (Grab, 2017).

Berdasarkan hasil survei dari penelitian Crossmedia Link (2017), 61% responden mengatakan bahwa layanan yang diberikan dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan serta efisiensi menjadi faktor yang paling penting dalam menggunakan transportasi *online*. 58% responden juga menjawab menggunakan transportasi *online* karena alasan kemudahan dan kenyamanan saat memesan langsung dari ponsel mereka. Berikut pula merupakan grafik penggunaan dalam rentang umur yang berbeda terhadap beberapa aplikasi transportasi berbasis *online*.

Grab Indonesia cukup aman digunakan terutama oleh para perempuan karena pihak Grab Indonesia melakukan penyaringan untuk setiap pengemudi dan kendaraan memberikan pelatihan dan kode etik serta menjamin keamanan, asuransi, dan bantuan 24 jam (Grab.com, 2018). Tentunya diperlukan strategi pemasaran yang tepat bagi perusahaan untuk memikat konsumen, sebagaimana yang dilakukan PT.Grab Indonesia melihat kualitas pelayanan akan menjadi pertimbangan konsumen untuk memilih dan dengan kualitas pelayanan yang sangat baik tentunya akan membuat konsumen memiliki, kepercayaan terhadap transportasi *online* tersebut. Jika 2 faktor tersebut telah terpenuhi, tentunya akan tercipta kepuasan konsumen karena bisa memberikan kenyamanan dan keamanan.

PT.Grab Indonesia menilai saat ini angkutan berbasis *online* muncul sebagai jawaban atas keluhan masyarakat terhadap kondisi angkutan umum saat ini . Tawaran akan kemudahan dalam mengakses angkutan melalui ponsel

pintar sangat memanjakan keadaan masyarakat di Indonesia, utamanya dalam hal transportasi menginginkan harga yang terjangkau, kualitas pelayanan yang baik, dan memberikan rasa aman, sehingga akan tercipta kepuasan konsumen (Kompasiana.com, 2017).

Di Mojokerto kita tentunya sering menjumpai dimanapun dan kapanpun para pengguna jasa transportasi online Grab untuk mempermudah kegiatan berpindah tempat mengantarkan konsumen ke suatu tempat , memesan makanan , mengantarkan barang, membayar tagihan-tagihan. Ini jelas sangat efektif dan efisien bagi para konsumen jasa transportasi online Grab di Mojokerto untuk memperlancar kegiatan sehari hari.

Salah satu konsep marketing yang dapat digunakan untuk mempengaruhi emosi konsumen adalah melalui *experiential marketing* , yaitu konsep pemasaran yang tidak hanya sekedar memberikan informasi dan peluang pada pelanggan untuk memperoleh pengalaman atas keuntungan yang didapat tetapi juga membangkitkan emosi dan perasaan yang berdampak terhadap pemasaran, khususnya penjualan.

Inti dari *experiential marketing* adalah untuk membangun hubungan yang langgeng dengan pelanggan melalui 5 aspek yaitu panca indera (sense), perasaan (feel), cara berpikir (think), kebiasaan (act) dan pertalian/relasi (relate). Diharapkan pelayanan jasa Grab harus bisa menyentuh kelima unsur tersebut. Konsumen mesti bisa merasakan, memikirkan dan bertindak sesuai harapan. Bahkan jika memungkinkan tercipta rasa memiliki terhadap jasa Grab sehingga akhirnya hal ini menjadi diferensiasi bagi jasa tersebut.

Experiential marketing memberikan peluang pada pelanggan untuk memperoleh serangkaian pengalaman atas merek, produk dan jasa yang memberikan cukup informasi untuk melakukan keputusan pembelian. Aspek emosional dan aspek rasional adalah aspek rasional adalah aspek yang ingin dibidik pemasar melalui program ini dan seringkali kedua aspek ini memberikan efek yang luar biasa dalam pemasaran.

Selain *Experiential marketing* , Parasuraman *et al.*(1988) dalam Parawansa (2012) menjelaskan kualitas pelayanan adalah suatu yang dirasakan berupa perbedaan antara harapan dan kinerja. Sehingga dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2017). Kualitas pelayanan terdiri dari lima indikator yaitu : keandalan, ketanggapan, jaminan, empati dan berwujud. Kualitas layanan akan mewakili *image* sebuah penyedia jasa di mata konsumen. Karena itulah mengapa kualitas pelayanan merupakan hal yang sangat penting bagi penyedia jasa (Tala, 2016).

Pelanggan yang menilai kualitas yang diberikan oleh Grab cukup memuaskan cenderung merasa senang, nyaman menggunakan layanan jasa, merasa harapan mereka terpenuhi dan merasa tidak dibohongi sehingga akan kembali melakukan *order*, menggunakan fitur-fitur layanan, bahkan merekomendasikan layanan dan tentunya tetap menggunakan layanan Grab. Sebaliknya jika kualitas pelayanan yang diberikan oleh Grab kurang baik dan tidak sesuai harapan, sehingga mereka merasa dibohongi dan cenderung enggan untuk kembali melakukan *order*, memberikan berita negatif mengenai layanan dan beralih kepada pesaing layanan yang sama. Setiap upaya

peningkatan kualitas pelayanan yang dilakukan oleh Grab diharapkan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan .

Morgan & Hunt (1994) dalam Parawansa (2012) mengemukakan bahwa faktor penting lainnya untuk mempertahankan pelanggan yang sudah ada adalah kepercayaan pelanggan. Czepiel (1990) dan Parawansa (2012) menyatakan bahwa menerapkan kepercayaan pelanggan dengan itikad baik dari produsen dengan cara janji yang dibuat tidak akan membuat ketidakpastian bagi pembeli, dan komunikasi antara kedua pihak mengharapkan yang jujur, terbuka dan sharing. Kepercayaan pelanggan merupakan pondasi dasar bagi organisasi untuk dapat mengembangkan hubungan jangka panjang dengan pelanggan (Parawansa, 2012) Hal ini didukung dari penelitian yang dilakukan oleh Hartana (2014) dan Supit *et al.* (2015) yang menunjukkan adanya pengaruh variabel kepercayaan secara parsial berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah dipaparkan di atas, penulis tertarik untuk mengembangkan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Experiential Marketing*, *E-Service Quality* dan *E-Trust* Terhadap Kepuasan Pelanggan Pelanggan Jasa Transportasi *Online Grab* di Mojokerto”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang permasalahan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah *Experiential marketing* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi *online* Grab di Mojokerto ?
2. Apakah *e-service quality* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi *online* Grab di Mojokerto ?
3. Apakah *e-trust* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi *online* Grab di Mojokerto ?
4. Apakah *Experiential marketing, E-Service Quality, E-Trust* secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi *online* Grab di Mojokerto ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada latar belakang dan perumusan masalah, maka penelitian ini bertujuan :

1. Untuk mengetahui apakah *Experiential marketing* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi *online* Grab di Mojokerto
2. Untuk mengetahui apakah *e-service quality* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi *online* Grab di Mojokerto
3. Untuk mengetahui apakah *e-trust* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi *online* Grab di Mojokerto
4. Untuk mengetahui apakah *Experiential marketing*, *E-Service Quality*, *E-Trust* secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi *online* Grab di Mojokerto

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Untuk Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat dan dapat digunakan sebagai sumber inspirasi dan referensi untuk penelitian selanjutnya dan menambah wawasan mengenai pengaruh *experiential marketing*, *e-service quality* dan *e-trust* terhadap kepuasan pelanggan dalam penggunaan moda transportasi *online* Grab.

2. Untuk Praktisi

Penelitian ini dapat dijadikan informasi, masukan dan bahan evaluasi bagi pengusaha transportasi *online* dalam upaya menentukan strategi pemasaran yang lebih baik untuk kemajuan usaha dalam jangka panjang.