

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Transportasi diperlukan sebagai alat bantu untuk mendukung manusia melakukan aktivitasnya di zaman modern ini. Dengan berkembang pesatnya kemajuan teknologi pengusaha transportasi bersaing untuk memikat para konsumennya melalui cara peningkatan pelayanan, kemudahan dalam pemesanan, kenyamanan pada saat perjalanan, ketepatan waktu dan masih banyak lagi. Di Indonesia banyak sekali dijumpai kendaraan roda dua yang dijadikan sebagai alat transportasi terutama ojek.

Dengan kemajuan zaman membuat industri jasa transportasi bersaing untuk membuat aplikasi berbasis *online* untuk memudahkan konsumennya terutama ojek online. Awalnya pengendara ojek memiliki sebuah pangkalan atau tempat untuk menunggu para konsumen disekitar pemukiman warga. Pemakai jasa pun harus membayar secara kontan dan sering terjadinya proses tawar-menawar. Berbeda dengan transportasi ojek *online* harga sudah terlihat pada aplikasi sehingga tidak ada proses tawar-menawar.

Salah satu industri jasa di bidang transportasi yang banyak atau sering dipakai oleh masyarakat adalah Gojek dan Grab. Pada dasarnya kedua perusahaan ini adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa transportasi berbasis aplikasi *mobile* selaku perantara yang menghubungkan antara para pengemudi dengan konsumen. Dengan menggunakan aplikasi ini pengendara dapat mengetahui lokasi penjemputannya serta pelanggan dapat memantau posisi dari pengendara melalui

aplikasi, karena terhubung dengan peta wilayah yang disediakan oleh Google (*google maps*).

Tingginya minat konsumen pada era digital seperti saat ini terhadap transportasi *online* membuat layanan yang unik untuk menciptakan kepuasan terhadap konsumennya. Gojek menghadirkan layanan seperti *Go-Clean, Go-Auto, Go-Message, Go-Pulsa, Go-Tix, Go-Send* dan layanan pembayaran seperti *Go-Pay*. Saat ini Grab menyediakan layanan diberbagai negara antara lain : Indonesia, Malaysia, Singapura, Filipina, Thailand, Kamboja, Vietnam dan Myanmar. Di Indonesia Grab melayani pemesanan seperti ojek (*GrabBike*), mobil (*GrabCar*), taxi (*GrabTaxi*), kurir (*GrabExpress*), pesan antar makanan (*GrabFood*) dan masih banyak lagi.

Tarif yang diberikan bervariasi tergantung dengan jarak yang ditempuh atau bersumber pada *flat rate* yang berlaku. Salah satu industri yang jadi pesaing Grab adalah Gojek dengan *GoRide*-nya. Kedua industri ini mempunyai layanan yang seragam dengan layanan *GrabBike* dari Grab. Saat ini di Indonesia memiliki beberapa transportasi berbasis *online* seperti Grab dan Gojek. Rata-rata orang sudah mengetahui aplikasi transportasi *online* dan sering digunakan dalam kehidupan sehari-hari karena memudahkannya berpergian ke daerah yang ingin dituju dengan lebih mudah, lebih praktis, dan tidak perlu menunggu waktu lama. Dari hal ini dapat dilihat bahwa penggunaan aplikasi Grab lebih sedikit dipakai oleh konsumen dibanding dengan Gojek dalam kehidupan sehari-hari. Untuk mengetahui kinerja transportasi *online* dapat dilakukan dengan analisis. Salah satu analisis tersebut adalah dengan analisis IPA (*importance performance analysis*) dengan variabel *PIECES*.

Dalam menganalisis sebuah sistem, biasanya akan dilakukan terhadap beberapa aspek antara lain adalah kinerja, informasi, ekonomi, keamanan aplikasi, efisiensi dan pelayanan pelanggan. Analisis ini disebut dengan *PIECES ANALYSIS* (*Performance, Information, Economy, Control, Eficiency and Service*).

Berdasarkan hal tersebut maka diperlukan penelitian dengan judul **“IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS PENGGUNA APLIKASI GRAB DENGAN PIECES FRAMEWORK”**

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana tingkat kepuasan dan kepentingan pengguna aplikasi Grab?
2. Bagaimana harapan pengguna terhadap aplikasi Grab berdasarkan persepsi kepuasan dan kepentingan pengguna aplikasi Grab?

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk menganalisis tingkat kepuasan dan kepentingan pengguna aplikasi Grab.

Untuk mengetahui bagian mana dalam aplikasi Grab yang harus mendapat prioritas perbaikan, sehingga dapat memaksimalkan kepuasan pengguna.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi peneliti

Mengetahui lebih jauh serta dapat mengembangkan pengetahuan yang sudah dipelajari serta menerapkan pengetahuan juga pengalaman khususnya di bidang Manajemen Pemasaran

2. Bagi akademis

Menambah pengetahuan akademis khususnya bagi seluruh mahasiswa program studi Manajemen tentang seberapa besar kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen.

3. Bagi perusahaan

Penelitian ini dapat digunakan bagi perusahaan sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan.

1.5 Batasan Masalah

Berdasarkan dari identifikasi masalah, peneliti membatasi masalahnya pada kualitas fitur pada aplikasi Grab.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah dalam mengerjakan tugas akhir ini, maka dibagi dalam lima bab yang membuat ide-ide pokok atau gagasan dan kemudian dibagi menjadi sub-bab yang mempertajam ide pokok, sehingga secara keseluruhan menjadi kesatuan yang saling menjelaskan sebagai satu pemikiran.

BAB I Pendahuluan.

Berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II Landasan Teori

Bab ini menjelaskan tentang landasan teori yang relevan digunakan dalam mendukung penelitian ini, meliputi teori-teori yang digunakan serta pendapat para ahli dan jurnal-jurnal penelitian sebelumnya.

BAB III Metodologi Penelitian

Menjelaskan metode penelitian berupa objek penelitian, sumber data, teknik pengolahan data, dan analisis data. Sehingga dapat menyelesaikan masalah yang terjadi.

BAB IV Pembahasan Dan Analisa

Merupakan hasil dan pembahasan berisi tentang pengumpulan data yang diperoleh dari penelitian hingga di ketahui hasilnya, kemudian dilakukan pembahasan terhadap hasil guna mendapat kesimpulan.

BAB V Kesimpulan

Bab ini berisi kesimpulan dan saran dari hasil penelitian.

