

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Transportasi dapat diartikan sebagai usaha memindahkan, menggerakkan, mengangkut atau mengalihkan suatu objek dari suatu tempat ke tempat lain, dimana ditempat lain ini objek tersebut lebih bermanfaat atau dapat berguna untuk tujuan-tujuan tertentu. (Miro, 2005) Dalam pengertian lain transportasi diartikan sebagai usaha pemindahan atau pergerakan dari suatu lokasi ke lokasi yang lainnya dengan menggunakan suatu alat tertentu.

Sesuai dengan kondisi geografis di Indonesia terdapat 3 macam bentuk transportasi yang digunakan, yaitu transportasi darat, laut dan udara (Miro, 20012). Melihat begitu pentingnya peran transportasi dalam kehidupan sehari-hari seiring dengan kemajuan teknologi muncullah transportasi berbasis *online* (TBO), yang kebetulan berbeda dengan kelompok alat transportasi darat lainnya. **Transportasi *online* adalah** suatu penyelenggaraan lalu lintas dan angkutan jalan yang berjalan dengan mengikuti serta memanfaatkan perkembangan ilmu pengetahuan (teknologi) berbasis aplikasi *online* baik untuk pemesanan maupun pembayaran (Hariyanto, 2017).

Kota Padang merupakan Ibu Kota Provinsi Sumatera Barat yang mengalami peningkatan jumlah penduduk tiap tahunnya. Diiringi dengan peningkatan perjalanan baik didalam kota ataupun diluar kota, apalagi sekarang sudah tersedia transportasi *online* di Kota Padang. Perkembangan Teknologi Informasi berdampak besar dalam aspek bisnis salah satunya adalah penyedia layanan transportasi umum berbasis *online* dengan menggunakan aplikasi di *smartphone*.

Terdapat beberapa transportasi *online* yang saat ini semakin berkembang dan menunjukkan persaingan yang semakin ketat. Hal tersebut tentu juga menjadi tantangan bagi *Grab* (sebelumnya dikenal sebagai *Grab Taxi*) yang merupakan salah satu layanan *Online to Offline* (O2O). *Grab* didirikan sejak tahun 2012 oleh Anthony Tan Tan Hoiling yang bermarkas di Singapura dan paling sering digunakan di Asia Tenggara, menyediakan layanan kebutuhan sehari-hari bagi para pelanggan termasuk perjalanan, pesan-antar makanan, pengiriman barang – dan pembayaran menggunakan dompet digital. Saat ini *Grab* menyediakan layanan di delapan negara yaitu Singapura, Indonesia, Filipina, Malaysia, Thailand, Vietnam, Myanmar, dan Kamboja. *Grab* yakin bahwa setiap

masyarakat di Asia Tenggara harus mendapatkan keuntungan dari ekonomi digital, dan perusahaan memberikan akses untuk layanan transportasi yang aman dan terjangkau, layanan pesan antar makanan dan pengiriman barang, serta layanan pembayaran *mobile* dan finansial.

Di Indonesia, Grab melayani pemesanan kendaraan seperti ojek (*Grab Bike*), mobil (*Grab Car*), dan taksi (*Grab Taxi*) serta kurir (*Grab Express*), pesan-antar makanan (*Grab Food*), dan *carpooling* sosial (*Grab Hitch Car*). Saat ini *Grab* tersedia di 125 kota di seluruh Indonesia, mulai dari Banda Aceh - Aceh hingga Jayapura - Papua. Baru-baru ini *Grab* meluncurkan layanan *Grab Gerak*, sebuah solusi unik yang pertama kali disediakan untuk mendukung para penyandang disabilitas untuk bergerak dan mendapatkan lebih banyak akses dalam menjalankan aktivitas sehari-hari (Wikipedia, 2019).

Menurut Davis (1989) minat menerima suatu teknologi akan terbentuk dari persepsi akan kegunaan dan persepsi akan kemudahan yang keduanya akan membentuk suatu sikap terhadap teknologi. Pada saat individu memiliki persepsi bahwa suatu teknologi tersebut berguna dan mudah digunakan, maka individu akan membentuk suatu sikap positif terhadap teknologi bersangkutan. Demikian halnya pada transportasi *online Grab* yang menginginkan persepsi dan harapan masyarakat kota Padang terhadap layanan transportasi *online Grab Car*, guna meningkatkan dan memperbaiki kualitas layanan terhadap konsumen.

Transportasi berbasis *online* (TBO) memiliki banyak pro dan kontra yang dihadapi. Mayoritas dari penyedia transportasi konvensional dan ojek pengkolan tidak menerima dengan keberadaan TBO ini karena menganggap bahwa para konsumen beralih untuk memakai transportasi *online*. Padahal jika dipandang luas, banyak warga yang sangat membutuhkan transportasi berbasis online ini, karena jauh lebih mudah, murah, terjangkau, dan keamanannya yang terjamin. Oleh karena itu diperlukan kebijakan tertentu dari pihak pemerintah maupun *Grab* sendiri untuk mengatasi permasalahan tersebut. Maka berdasarkan latar belakang diatas, perlu dilakukan penelitian sebagai tugas akhir yaitu **“Kajian Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Transportasi *Online (Grab Car)* di Kota Padang dengan Metode *Servqual*”**.

## 1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dari studi ini yaitu bagaimana persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan yang di berikan oleh jasa *Grab Car* dan atribut-atribut pelayanan apa yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

### **1.3 Tujuan dan Sasaran**

#### **1.3.1 Tujuan**

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan dari studi ini adalah mengetahui persepsi dan harapan dari konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh jasa *Grab Car* serta mengetahui atribut-atribut pelayanan yang diprioritaskan.

#### **1.3.2 Sasaran**

Untuk mencapai tujuan tersebut, maka ditetapkan sasaran-sasaran dari studi ini, yaitu:

- Mengukur persepsi dan harapan dari konsumen yang menggunakan jasa *Grab Car* terhadap pelayanan yang diberikan menggunakan metode *servqual*.
- Menentukan atribut-atribut pelayanan yang diprioritaskan untuk kepuasan konsumen *Grab Car*.

### **1.4 Ruang Lingkup Studi**

Agar dapat memberikan batasan dalam tahapan studi yang dilakukan maka ditentukan lingkup bahasan, pada lingkup studi ini terdiri dari ruang lingkup wilayah studi dan ruang lingkup materi.

#### **1.4.1 Ruang Lingkup Wilayah**

Ruang lingkup wilayah dari studi ini berada di Kota Padang yang merupakan Kota terbesar di pantai barat Pulau Sumatera sekaligus Ibu Kota dari Provinsi Sumatera Barat, Indonesia.

Untuk Lebih jelasnya dapat dilihat Pada **Gambar 1.1** Peta Administrasi Kota Padang :



### 1.4.2 Ruang Lingkup Materi

Ruang lingkup materi yang dibahas dalam penelitian ini yaitu materi yang berkaitan dengan persepsi masyarakat terhadap kualitas pelayanan *Grab Car* dengan metode *servqual*, yang dijabarkan sebagai berikut (Tjiptono, 2002):

- Persepsi konsumen mengacu pada perasaan terhadap jasa yang diterimanya dan yang dibayangkan akan diterimanya. Jika kualitas jasa yang diterima melebihi apa yang dibayangkannya maka konsumen akan merasa puas dan penilaian tentang kualitas pelayanan jasa tersebut akan tinggi. Namun, bila yang terjadi adalah sebaliknya maka konsumen akan merasa kecewa dan penilaian tentang kualitas pelayanan jasa tersebut rendah.
- Definisi kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan.
- Metode *Servqual* merupakan metode yang digunakan untuk mengukur kualitas layanan dari atribut masing-masing dimensi, sehingga akan diperoleh nilai gap (kesenjangan) yang merupakan selisih antara persepsi konsumen terhadap layanan yang telah diterima dengan harapan terhadap yang akan diterima.
- Mengukur harapan dan persepsi/penilaian dari pengguna layanan *Grab Car* terhadap pelayanan yang diberikan menggunakan metode *servqual*, dengan dimensi yang digunakan antara lain: *reliability* (keandalan), *assurance* (jaminan), *tangibles* (berwujud), *empathy* (empati), *responsiveness* (daya tanggap).
- Menentukan atribut-atribut pelayanan yang diprioritaskan untuk diperbaiki menggunakan metode diagram kartesius.

## 1.5 Metodologi Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam studi ini dibagi menjadi tiga bagian, yaitu metode pendekatan studi, metode pengumpulan data dan metode analisis.

### 1.5.1 Metode Pendekatan Studi

Metode pendekatan studi yang digunakan dalam studi ini adalah dengan metode kuantitatif dan kualitatif. Untuk memperkaya data dan lebih memahami fenomena sosial yang akan diteliti, ditambahkan informasi kuantitatif dan kualitatif. Metode kuantitatif

dilakukan dengan penelitian survei dan dilakukan dengan cara wawancara dan pengisian kuesioner. Metode kualitatif dilakukan untuk gambaran tentang fenomena sosial akan semakin jelas, semakin hidup dan semakin dapat ditampilkan. (Singarimbun dan Sofian, 1987).

### **1.5.2 Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data dilakukan melalui survei, baik survei primer dengan melakukan pengamatan dan perolehan data langsung dilapangan, maupun survei sekunder dengan melakukan pencarian data pada instansi-instansi terkait.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah sebagai berikut:

- **Pengumpulan Data dengan Survei Primer**

Pengumpulan data yang dilakukan dengan survey primer adalah sebar kuesioner kepada konsumen yang sudah pernah menggunakan jasa *Grab Car*, foto dan observasi lapangan. Guna melihat persepsi dan harapan responden terhadap kualitas pelayanan yang diberikan driver *Grab Car* serta melihat prioritas pelayanan yang dipertahankan dan perlu diperbaiki.

- **Batasan Masalah**

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variable kualitas pelayanan yang meliputi *reliability* (keandalan), *assurance* (jaminan), *tangibles* (berwujud), *empathy* (empati), *responsiveness* (daya tanggap) (Tjiptono dan Chandra, 2011). Standar yang digunakan sebagai acuan yaitu Peraturan Menteri Perhubungan RI NOMOR PM 108 TAHUN 2017 Tentang Penyelenggaraan Angkutan Orang Dengan Kendaraan Bermotor Umum Tidak Dalam Trayek.

2. Pada hakikatnya pengukuran suatu jasa atau produk hampir sama dengan pengukuran kepuasan pelanggan, yaitu di tentukan oleh variabel harapan dan kinerja yang di rasakan. Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1985) merumuskan model *Servqual* yang menyoroti persyaratan-persyaratan utama untuk memberikan kualitas jasa yang di harapkan. Model ini mengidentifikasi 5 *Gap* yang menyebabkan kesenjangan yaitu (Tjiptono dan Chandra. 2011). *Gap* yang digunakan pada penelitian ini adalah kesenjangan antara jasa yang dipersepsikan dengan jasa yang diharapkan (*Gap* ke-5), karena Grab Car merupakan layanan jasa publik sehingga yang digunakan hanya *Gap* ke-5 untuk menilai kualitas layanan yang diberikan pihak Perusahaan apakah telah sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Untuk *Gap* ke1-4 dapat digunakan untuk layanan jasa privat yang mana pihak manajemen memberikan janji-janji seperti brosur kepada konsumen sehingga dilakukan penilaian apakah layanan yang diberikan pihak manajemen sudah sesuai atau tidak dengan janji yang diberikan kepada konsumen.

#### ➤ **Penentuan Sampel**

Survey yang dilakukan dengan tujuan mengumpulkan data yang dilakukan langsung pada lokasi studi dengan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara peninjauan langsung ke lapangan atau disebut dengan observasi dengan cara:

Pembagian kuesioner dilakukan kepada : Konsumen *Grab Car*

Menurut Margono (2004), teknik sampling adalah cara untuk menentukan sampel yang jumlahnya sesuai dengan ukuran sampel yang akan dijadikan sumber data sebenarnya dengan memperhatikan sifat-sifat dan penyebaran populasi agar diperoleh sampel yang representative (mewakili).

Pada penelitian ini menggunakan pengambilan sampel menggunakan *metode convenience sampling* atau *accidental sampling*, yaitu dalam penelitian bisa saja terjadi perolehan sampel yang tidak di rencanakan terlebih dahulu, melainkan secara kebetulan, yaitu unit atau subjek tersedia bagi peneliti saat pengumpulan data dilakukan. Proses diperolehnya sampel semacam ini disebut sebagai penarikan sampel secara kebetulan atau tidak disengaja.

Dalam penelitian ini sampel yang digunakan adalah sebanyak 75 responden, sampel ditentukan berdasarkan pengalaman konsumen yang sudah pernah menggunakan jasa *Grab Car* di Kota Padang.

- **Pengumpulan Data dengan Survei Sekunder**

Pengumpulan data ini dilakukan untuk memperoleh data berupa dokumen-dokumen yang berkenaan dengan lokasi penelitian atau data yang bersumber dari instansi.

## **1.6 Metode Analisis**

### **1.6.1 Metode Analisis *Servqual***

Metode *Servqual* merupakan metode yang digunakan untuk mengukur kualitas layanan dari atribut masing-masing dimensi, sehingga akan diperoleh nilai *Gap* (kesenjangan) yang merupakan selisih antara persepsi konsumen terhadap layanan yang telah diterima dengan harapan terhadap yang akan diterima dan mengandung dimensi-dimensi kualitas jasa yaitu *reliability* (keandalan), *assurance* (jaminan), *tangibles*(berwujud), *empathy* (empati), *responsiveness* (*daya tanggap*). Metode ini secara garis besar terbagi menjadi 2 bagian yaitu:

1. Bagian ekspektasi, yang memuat pertanyaan-pertanyaan untuk mengetahui dengan pasti ekspektasi atau harapan umum dari konsumen terhadap sebuah jasa
2. Bagian persepsi, yang memuat pertanyaan-pertanyaan untuk mengukur persepsi konsumen tentang pelayanan jasa yang diberikan oleh suatu perusahaan dengan kategori tertentu (Hidayatullah dalam Rahmawati, 2010).

Ada tiga langkah dalam penerapan metode *servqual* yaitu (Supranto dalam Sugirahardja dkk, 2014):

#### **a. Analisis Kualitas Pelayanan**

Data yang diolah berasal dari kuesioner tentang persepsi, harapan dan tingkat kepentingan pelanggan terhadap kualitas pelayanan *Grab Car*. Pengukuran kualitas



pelayanan ini dilakukan dengan membandingkan nilai persepsi konsumen ( $X$ ) dengan nilai harapan konsumen ( $Y$ ), adapun langkahnya yaitu:

- a. Mencari nilai persepsi/kinerja dari setiap variable ( $X_i$ ) dan skor nilai harapan/kepentingan dari tiap variabel ( $Y_i$ ).
- b. Menghitung tingkat kesesuaian persepsi dengan harapan dari tiap variabel dengan rumus sebagai berikut:

$$Tk_i = \frac{X_i}{Y_i} \times 100\% \dots\dots\dots (1.2)$$

Dimana:

$Tk_i$  = Tingkat kesesuaian untuk variabel ke-i

$X_i$  = Penilaian persepsi ke-i

$Y_i$  = Nilai harapan/kepentingan konsumen ke-i

- c. Menghitung nilai rata-rata dari tingkat kesesuaian seluruh variabel dengan rumus sebagai berikut:

$$\overline{Tk} = \frac{\sum Tk}{k} \dots\dots\dots (1.3)$$

Dimana:

$\overline{Tk}$  = Nilai rata-rata tingkat kesesuaian seluruh variabel

$k$  = Jumlah variabel yang mempengaruhi kepuasan konsumen

**b. Analisis Untuk Mengetahui Tingkat Kepuasan Pengguna Layanan**

Pengukuran kepuasan pengguna layanan atas kualitas pelayanan dilakukan menggunakan metode *servqual* dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- a. Menentukan bobot ( $B$ ) tiap variabel
- b. Menjumlahkan nilai harapan ( $Y_i$ ) dan persepsi ( $X_i$ ) dari setiap variabel seluruh responden, kemudian dihitung rata-ratanya ( $\overline{X}$ ) dan ( $\overline{Y}$ )

$$\overline{X} = \frac{\sum X_i}{n} \dots\dots\dots (1.4)$$

$$\overline{Y} = \frac{\sum Y_i}{n} \dots\dots\dots (1.5)$$

Dimana :

$\overline{X}$  = nilai rata-rata tingkat persepsi

$\overline{Y}$  = nilai rata-rata tingkat harapan

$n$  = jumlah responden

- c. Menghitung gap/kesenjangan antara nilai rata-rata persepsi dengan nilai rata-rata harapan dengan rumus sebagai berikut:

$$NS_i = \bar{X}_i - \bar{Y}_i \dots\dots\dots (1.6)$$

Dimana :

$NS_i$  = nilai *servqual* (gap) tiap variabel ke-i

- d. Menghitung rata-rata gap dari setiap variable

$$\overline{NS}_y = \frac{\sum NS_i}{A_i} \dots\dots\dots (1.7)$$

Dimana :

$\overline{NS}_y$  = nilai rata-rata *servqual*/gap per variabel ke-i

$A_i$  = banyaknya atribut tiap variabel ke-i

- e. Menjumlahkan hasil perhitungan nilai kepuasan tiap dimensi lalu disimpulkan dengan ketentuan, nilai kepuasan negatif (<0) menunjukkan adanya kesenjangan antara harapan dan persepsi pelanggan, sebaliknya bila nilai kepuasan positif (>0) menunjukkan kualitas pelayanan melebihi tingkat kepuasan pelangga. Nilai kepuasan menunjukkan angka sama dengan nol (=0) maka kualitas pelayanan telah sesuai dengan harapan pelanggan.

**c. Analisis Diagram kartesius**

Menurut supranto (dalam Sugirahardja dkk), untuk menentukan urutan prioritas pembenahan mutu pelayanan dilakukan dengan cara membuat diagram kartesius yang berfungsi untuk memetakan nilai skor rata-rata kinerja.

- a. Hitung rata-rata tiap responden ( $\bar{Y}$ ) dan ( $\bar{X}$ ), dengan rumus:

$$\bar{X} = \frac{\sum X_i}{n} \dots\dots\dots (1.8)$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum Y_i}{n} \dots\dots\dots (1.9)$$

Dimana:

$\bar{X}$  = Skor rata-rata tingkat kinerja

$\bar{Y}$  = Skor rata-rata tingkat kepentingan

$n$  = Jumlah responden

- b. Menghitung rata-rata dari rata-rata harapan ( $\bar{Y}$ ) dan persepsi ( $\bar{X}$ ), dengan rumus:

$$\bar{X} = \frac{\sum \bar{X}_i}{A} \dots\dots\dots (1.10)$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum \bar{Y}_i}{A} \dots\dots\dots (1.11)$$

Dimana :

$\bar{X}$  = nilai rata-rata seluruh faktor tingkat kinerja pelayanan

$\bar{Y}$  = nilai rata-rata seluruh factor harapan/ kepentingan konsumen

A = jumlah variabel yang mempengaruhi kepuasan konsumen

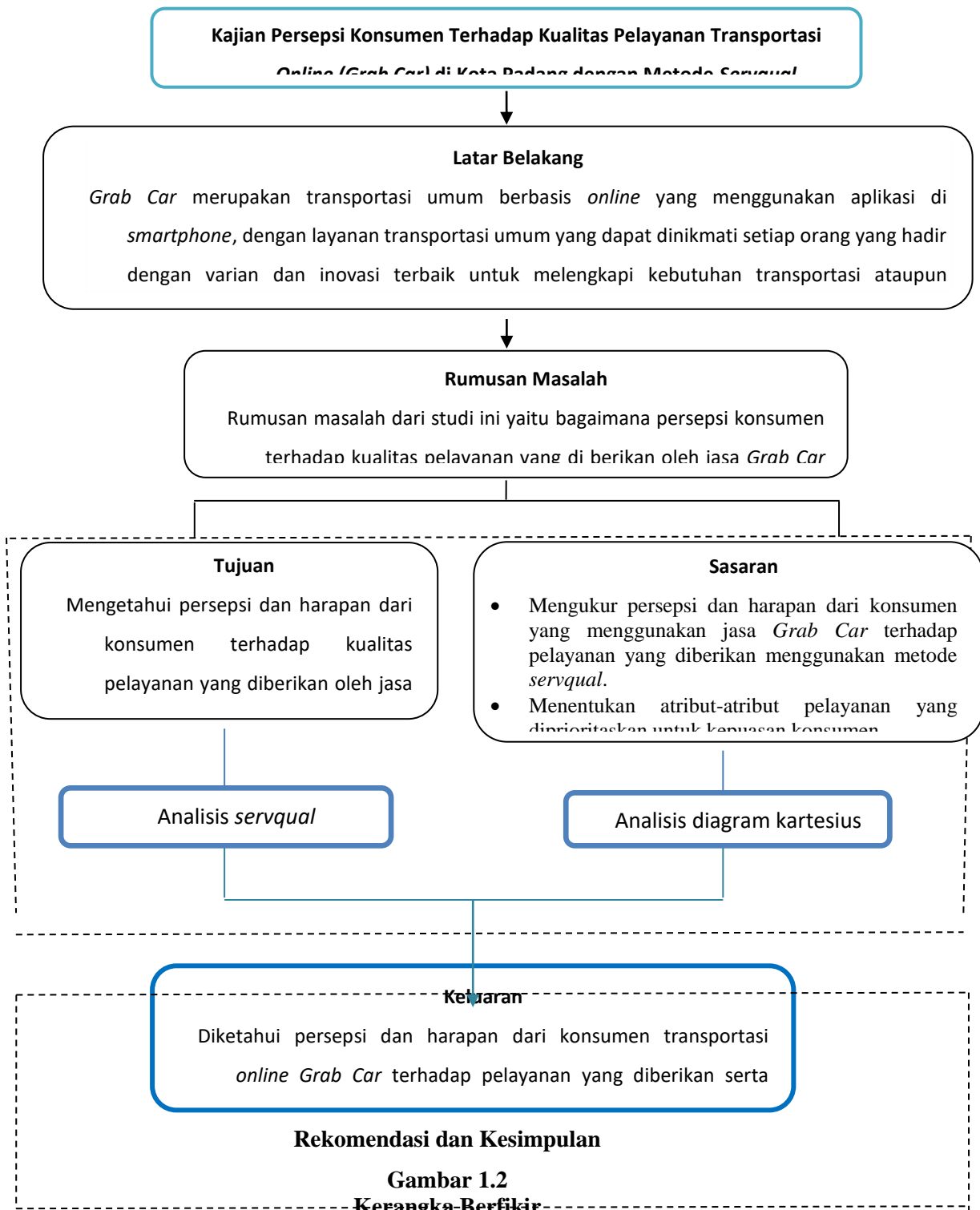
- c. Membuat diagram kartesius dan memasukkan hasil rata-rata tiap atribut pada diagram.

### 1.7 Tahapan Studi

Tahapan pengerjaan studi ini adalah sebagai berikut:

- a. Melihat kondisi eksisting kawasan studi
- b. Melakukan observasi langsung dengan melakukan wawancara dan sebar kuesioner kepada konsumen *Grab Car* untuk mengetahui persepsi dan harapan konsumen.
- c. Melakukan analisis *servqual* untuk mengetahui nilai persepsi dan harapan konsumen terhadap kualitas pelayanan *Grab Car*.
- d. Melakukan analisis diagram kartesius untuk mengetahui atribut-atribut pelayanan yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada kerangka berfikir berikut ini:



**Gambar 1.2**  
**Kerangka Berfikir**

## 1.8 Sistematika Penulisan

Dalam melakukan penyusunan tugas akhir, adapun materi yang akan dikemukakan adalah sebagai berikut:

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Didalam bab ini akan diuraikan mengenai latar belakang, rumusan permasalahan, tujuan dan sasaran, ruang lingkup, metodologi penelitian, langkah kerja dan sistematika penulisan.

### **BAB II : LANDASAN TEORI**

Bagian bab ini akan menguraikan teori-teori yang merupakan tinjauan terhadap hal-hal yang terkait dengan teori-teori yang mengenai objek studi.

### **BAB III : GAMARAN UMUM**

Bab ini akan menggambarkan dan menjelaskan kondisi eksisting kawasan studi.

### **BAB IV : ANALISIS**

Bab ini berisikan tentang analisis yang digunakan dalam studi ini, yaitu analisis tingkat kepuasan konsumen transportasi *online (Grab Car)* terhadap dimensi kualitas pelayanan, tingkat kesesuaian kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen *Grab Car* menggunakan metode *servqual* dan analisis prioritas utama atribut pelayanan menggunakan metode diagram kartesius.

### **BAB V : KESIMPULAN DAN REKOMENDSI**

Bab ini berisikan tentang beberapa temuan studi, kesimpulan dari seluruh kegiatan penyusunan tugas ini dan rekomendasi sebagai saran.