

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Persaingan untuk memperebutkan calon pelanggan dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada merupakan tantangan yang semakin besar dan harus dihadapi oleh perusahaan dalam memasarkan produk dan jasanya. Zaman telah memasuki Era Revolusi Industri 4.0 dengan trend bisnis digital, yang ditandai dengan perkembangan *big data* dan *artificial intelligence*. Bahkan diperkirakan pada tahun 2025 perusahaan atau industri akan menuju era *Autonomous Business*, di mana perusahaan atau industri harus bertransformasi dari proses manual menuju digital (Putera, 2018). Pemanfaatan teknologi dan pertumbuhan pengguna internet yang semakin meningkat melahirkan perkembangan bisnis jaringan atau sering disebut dengan istilah online shop yang dapat memudahkan konsumen mendapatkan barang atau jasa yang diinginkan (Pamungkas, 2014).

Pemanfaatan teknologi informasi lebih dikenal dengan istilah electronic commerce atau e-commerce (perniagaan elektronik) yang merupakan bagian dari electronic business. Menurut Munawar (2009), e-commerce adalah suatu proses berbisnis dengan menggunakan teknologi elektronik yang menghubungkan antara perusahaan, konsumen, dan masyarakat dalam bentuk transaksi elektronik dan pertukaran atau penjualan barang, servis dan informasi secara elektronik (Mal,

2018). Seiring dengan perkembangan teknologi tersebut, banyak pelaku bisnis khususnya pada bidang transportasi yang menggunakan jasa yang dimiliki melalui situs internet. Salah satu usaha yang ada didalamnya adalah bisnis online *Grab* dimana seluruh kegiatannya dilakukan melalui sistem internet. Situs online pemesanan makanan *Grab-Food*, ojek (*Grab-Bike*), pengiriman barang (*Grab-Express*).

*Grab* didirikan oleh Anthony Tan dan Hooi Ling Tan yang berwarga negara Malaysia, di mana bermula ketika mereka melihat adanya dampak negatif dari tidak efisiennya sistem transportasi yang ada pada saat itu. *Grab* kini merupakan aplikasi layanan transportasi online terpopuler di Asia Tenggara yang menyediakan layanan transportasi untuk menghubungkan lebih dari 10 juta penumpang dan 185.000 pengemudi di seluruh wilayah ASEAN. Aplikasi *Grab* menawarkan 7 pilihan layanan transportasi mulai dari taxis, cars, motorbikes, delivery couriers, car rental, food shopping, to fresh product shopping untuk memenuhi kebutuhan konsumen di Singapura, Malaysia, Thailand, Filipina, Vietnam dan Indonesia. *Grab* memiliki pesaing terbesar bernama Go-Jek, dan para pesaing kecil seperti Blu-Jek, Ojesy, TeknoJek, Onma, Anterin, TopJek, BoJek, BangJeck, Pro-Jek, Oke-Jack, Lady-Jek, dan We-Jek (Surya, 2019).

*Grab* memberikan kemudahan bagi konsumen yang hendak memesan makanan, berpergian, atau pengiriman barang untuk dapat mengakses dan memantau harga dimanapun dan kapanpun tanpa harus datang langsung ke

restoran atau ke pangkalan ojek. Dalam kemudahan ini perusahaan tetap memberikan keterjangkauan tarif pengantaran bahkan lebih murah dan efektif dari pada ojek konvensional sehingga *Grab* dapat bersaing dengan perusahaan jasa transportasi lain. Tidak hanya itu saja, makan merupakan kebutuhan yang harus terpenuhi setiap harinya. Restoran dan UMKM khususnya di bidang kuliner sangat berperan penting bagi masyarakat yang tidak sempat menyiapkan sendiri makanan di rumah. Maka dari itu perusahaan *Grab* mengajak restoran dan UMKM khususnya dibidang kuliner untuk bergabung dan bekerja sama dengan perusahaan *Grab* untuk mempermudah dalam melayani konsumen guna untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. (Suryadi & Ilyas, 2018)

Industri yang berfokus terhadap konsumen maka harus memperhatikan kualitas pelayanan yang memiliki pengaruh sangat besar terhadap kepuasan konsumen. Banyak penelitian yang menghubungkan kualitas pelayanan sebagai tolak ukur kepuasan. Kualitas layanan dipandang sebagai salah satu komponen yang perlu diwujudkan oleh perusahaan, karena memiliki pengaruh untuk mendatangkan konsumen baru dan dapat mengurangi kemungkinan pelanggan lama untuk berpindah ke perusahaan lain. Menurut (Tjiptono, 2008) Kualitas pelayanan didefinisikan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Kepuasan konsumen tidak hanya diperoleh dari kualitas pelayanannya saja promosi juga penting dilakukan supaya ada konsumen yang tertarik untuk membeli atau menggunakan barang dan jasa yang kita tawarkan. Tanpa adanya promosi konsumen tidak dapat memperoleh informasi tentang produk atau jasa sehingga tidak akan terjadi pelayanan. Menurut Mahmud Machfoed (2010) tujuan promosi ada beberapa macam yaitu : Mengidentifikasi dan menarik konsumen baru, Mengkomunikasikan produk atau jasa, Meningkatkan jumlah konsumen supaya produk dapat dikenal lebih luas lagi, menginformasikan tentang kualitas produk atau jasa yang baru, mengajak konsumen untuk mengunjungi toko dan mempengaruhi konsumen untuk membeli produk. Cara yang dilakukan perusahaan *Grab* agar konsumen memilih jasanya yaitu dengan melakukan berbagai promosi dengan memberi diskon hingga 50% ke konsumen yang sudah berlangganan.

Perusahaan terus menerus melakukan berbagai cara untuk mendapatkan konsumen untuk kemajuan perusahaan. Dalam hal ini keputusan pembelian sangat penting dan tentu saja harus dapat mempertahankan yaitu dengan selalu memenuhi apa yang dibutuhkan dan diinginkan konsumen. Menurut Swastha dan Handoko (2000), keputusan pembelian adalah sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia untuk membeli suatu barang atau jasa dalam memenuhi keinginan dan kebutuhannya yang terdiri dari

pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, evaluasi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian dan tingkah laku setelah pembelian.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, peneliti berharap dapat melihat pengaruh harga, pelayanan, dan promosi terhadap keputusan konsumen pengguna *Grab-Food*. Dari beberapa penelitian terdahulu yang sudah dilakukan adapun perbedaan letak obyek yang diteliti. Dalam penelitian ini peneliti fokus terhadap *Grab-food* sebagai obyek penelitian dan menghubungkan dengan variabel harga, kualitas layanan, dan promosi

Dari penjelasan singkat mengenai kondisi persaingan jasa transportasi ini maka melalui penelitian ini, rumusan masalahnya adalah: "Faktor apa yang paling berpengaruh dalam menentukan preferensi pilihan konsumen pada pelanggan *Grab-Food* dalam layanan jasa transportasi.

## **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah harga berpengaruh secara parsial terhadap minat konsumen memilih *grab-food* di kabupaten Sukoharjo?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh secara parsial terhadap minat konsumen memilih *grab-food* di kabupaten Sukoharjo?
3. Apakah promosi berpengaruh secara parsial terhadap minat konsumen memilih *grab-food* di kabupaten Sukoharjo?

4. Apakah harga, kualitas layanan, dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap minat konsumen memilih *grab-food* di kabupaten Sukoharjo?

## **B. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap minat konsumen memilih *grab-food* di kabupaten Sukoharjo.
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat konsumen memilih *grab-food* di kabupaten Sukoharjo.
3. Untuk menganalisis pengaruh promosi terhadap minat konsumen memilih *grab-food* di kabupaten Sukoharjo.
4. Untuk menganalisis harga, kualitas layanan, dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap minat konsumen memilih *grab-food* di kabupaten Sukoharjo.

## **C. Manfaat Penelitian**

Dengan dilakukan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat:

1. Manfaat Teoritis
  - a. Penelitian ini dilakukan untuk mengembangkan media pembelajaran bagi pembaca.
  - b. Hasil penelitian ini dapat menambah pengetahuan, wawasan, dan pemahaman mengenai pengaruh harga, kualitas layanan, dan promosi terhadap minat konsumen memilih *grab-food*.

## 2. Manfaat Praktis

### a. Bagi perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan pertimbangan dalam perusahaan dalam mengambil keputusan

### b. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini dapat digunakan sebagai salah satu referensi dan acuan bagi pembaca untuk melakukan penelitian selanjutnya.

## **D. Sistematika Penulisan Skripsi**

### BAB I PENDAHULUAN

Penulisan penelitian pada bab I ini terdiri atas latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat dalam penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

### BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Penulisan penelitian pada bab II ini menjelaskan tentang kumpulan teori dari para pakar ahli berdasarkan kutipan jurnal ilmiah, dan buku selain teori juga terdapat penelitian terdahulu dan hipotesis penelitian.

### BAB III METODE PENELITIAN

Penulisan penelitian pada bab III ini berisikan tentang desain penelitian, populasi, sampel dan teknik sampling, variabel dan definisi variabel, sumber data, metode pengumpulan data dan metode analisis data.

### BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penulisan penelitian pada bab IV ini berisikan tentang deskripsi data, analisis data dan pembahasan.

### BAB V PENUTUP

Penulisan penelitian pada bab V ini berisikan tentang kesimpulan, keterbatasan penelitian dan saran.