

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Seiring berkembangnya teknologi modern yang didukung dengan media sosial membuat informasi dapat menyebar luas dan mendorong kegiatan usaha diberbagai bidang. Hal ini membuat pelaku usaha melebarkan sayapnya. Pelaku usaha beramai-ramai memanfaatkan media sosial sebagai ajang promosi usahanya ditambah sifat manusia modern terjangkiti oleh penyakit hedonisme yang tidak pernah puas dengan kebutuhan materi.

Disamping itu perlu adanya sarana dan prasarana yang mendukung salah satunya dibidang transportasi baik darat, laut, maupun udara perkembangan dunia transportasi mulai berkembang pesat khususnya transportasi darat. Perkembangan tersebut dikarenakan meningkatnya jumlah pengguna jasa transportasi seiring dengan semakin banyaknya kebutuhan pengiriman barang dan perpindahan manusia itu sendiri. Seiring dengan kemajuan teknologi menciptakan sebuah penemuan baru, dimana untuk menggunakan layanan transportasi online Grab, konsumen tidak perlu lagi menuju ke pangkalan ojek, karena saat ini telah dikembangkan sebuah metode baru berupa aplikasi yang dapat diakses melalui *smartphone android*. Perpaduan antara teknologi dan transportasi membuat banyak orang mulai dikenalkan dengan yang namanya transportasi *online* yang saat ini sudah tengah marak di Indonesia.

Data di atas menunjukkan bahwa bisnis transportasi adalah sektor bisnis yang memiliki pasar yang besar dan potensial sehingga menimbulkan persaingan yang semakin ketat. Perlindungan Hukum Transportasi online diperlukan suatu perlindungan hukum bagi pengguna jasa transportasi serta jenis-jenis angkutan lainnya adalah unsur keselamatan angkutan dan tanggung jawab pengangkut. Pada kondisi seperti ini, penumpang tentu saja memerlukan perlindungan hukum untuk memastikan haknya dapat terpenuhi. Penumpang sebagai konsumen jika terjadi

kecelakaan yang dialami oleh transportasi online , hanya mendapatkan asuransi dari perusahaan asuransi yang diambil. Sehingga perlindungan konsumen sangat identik dengan perlindungan yang diberikan hukum terhadap hak-hak konsumen. Artinya pihak perusahaan pengangkutan harus turut bertanggung jawab terhadap kerugian yang dialami oleh penumpangnya. (Harahap 2016)

Menurut Fitzgerald, (2016), dikatakan bahwa hukum bertujuan mengintegrasikan dan mengkoordinasikan berbagai kepentingan dalam masyarakat, perlindungan terhadap kepentingan tertentu dapat dilakukan dengan cara membatasi berbagai kepentingan di lain pihak. Kepentingan hukum adalah mengurus hak dan kepentingan manusia, sehingga hukum memiliki otoritas tertinggi untuk menentukan kepentingan manusia yang perlu diatur dan dilindungi. Penumpang selaku konsumen jasa angkutan transportasi darat hendaknya lebih pro aktif dalam memperhatikan hak-haknya sebagai konsumen, selain itu pemerintah diharapkan dapat meningkatkan pengawasannya terhadap penyelenggaraan pengangkutan transportasi. Menurut (Zulmi dkk 2015) Pelayanan adalah setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan suatu fisik, berbeda dengan produk barang yang langsung bisa dilihat dan disentuh. Definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak terwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi terciptanya kepuasan terhadap konsumen itu sendiri (Kotler dalam Mardikawati dan Farida 2013).

Harga adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu atau tempat tertentu. Istilah harga digunakan untuk memberikan nilai finansial pada suatu produk barang atau jasa. Harga suatu barang atau jasa merupakan faktor utama yang menentukan permintaan pasar dan sebagai indikator kualitas barang atau jasa, sehingga perusahaan harus mampu menganalisa dan menetapkan tingkat harga yang sewajarnya bagi konsumen,

karena harga ini digunakan oleh perusahaan sebagai alat untuk mencapai sasaran marketingnya (Widyaningtyas dalam Sulistyowati dan Mulatsih 2016). Harga adalah suatu uang yang ditentukan oleh perusahaan sebagai imbalan barang atau jasa yang diperdagangkan dan sesuatu yang lain, yang ditentukan oleh perusahaan guna memenuhi keinginan pelanggan untuk puas. Jika pelanggan tidak puas, maka akan beralih ke perusahaan lain yang akan menurunkan penjualan.

Fasilitas merupakan segala sesuatu yang memudahkan konsumen dalam menggunakan jasa perusahaan tersebut. Fasilitas adalah sumber daya fisik yang ada dalam sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen Fasilitas merupakan segala sesuatu yang memudahkan konsumen dalam usaha yang bergerak di bidang jasa, maka segala fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, kelengkapan, desain interior dan eksterior serta kebersihan fasilitas harus diperhatikan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan atau didapat konsumen secara langsung. (Kotler Keller dalam Haryanto 2013) mendefinisikan fasilitas yaitu segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen. desain dan tata letak fasilitas jasa erat kaitannya dengan pembentukan persepsi pelanggan. Sejumlah tipe jasa, persepsi yang terbentuk dari interaksi antara pelanggan dengan fasilitas berpengaruh terhadap kualitas jasa tersebut dimata pelanggan.

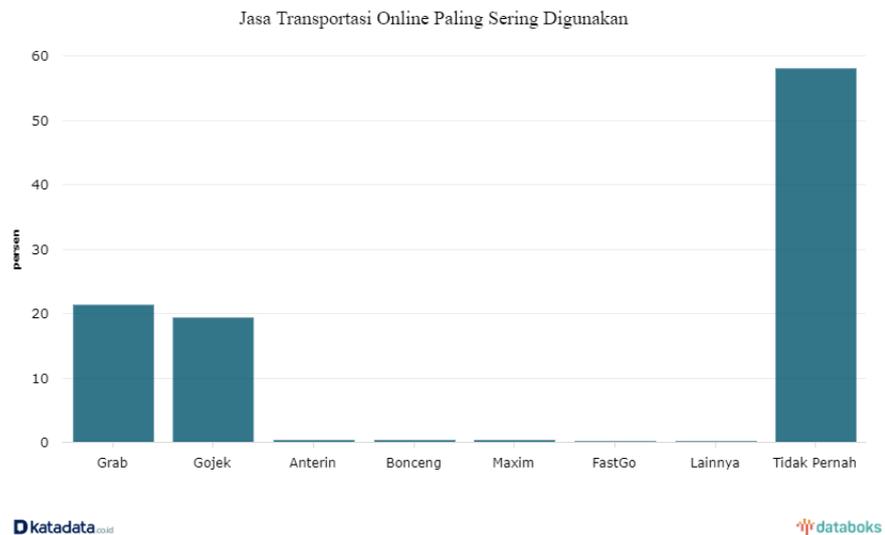
Kepuasan penumpang dalam hal ini merupakan salah satu inti filsafat konsep pemasaran. Sehingga suatu program pemasaran yang baik harus dapat mendorong peningkatan perilaku konsumen dan keputusan membelinya terhadap produk barang ataupun jasa. Berdasarkan perilaku konsumen tersebut perusahaan dapat menetapkan strategi pemasaran yang efektif dan efisien bagi produk atau jasa dengan cara memahami keinginan konsumen. Salah satu faktor yang menjadi penyebab terjadinya hal ini karena adanya persaingan yang ketat dan banyaknya alternatif pilihan transportasi sehingga konsumen semakin selektif (Mardikawati dan Farida 2013).

Maka seiring dengan semakin meningkatnya persaingan setiap perusahaan akan semakin berlomba mendapatkan pasar yang seluas luasnya. Sehingga tujuan perusahaan dalam mencapai dan menjaga kelangsungan hidup serta dalam

mendapat keuntungan dapat tercapai. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan (Mardikawati dan Farida 2013). Kemudian disusunlah suatu strategi yang harus dilakukan oleh perusahaan agar konsumen merasa puas.

Secara umum dikenal ada empat hak dasar konsumen, yaitu : Hak untuk mendapat keamanan, hak untuk mendapatkan informasi, hak untuk memilih, dan hak untuk didengar. Jasa transportasi berhubungan dengan pelayanan penumpang. Hal ini berkaitan dengan hak-hak penumpang (sebagai konsumen) untuk dihormati oleh penyedia jasa transportasi. Kepuasan konsumen ini bisa dipenuhi oleh perusahaan melalui kemudahan dalam pelayanan serta jaminan yang akan diberikan oleh perusahaan (Andayani dkk dalam Sulistyowati dan Mulatsih 2016). Kepuasan konsumen adalah suatu perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang di harapkan. Jika kinerja di bawah harapan, konsumen tidak puas, jika kinerja memenuhi harapan konsumen amat puas atau senang (Philip Kotler dalam Pratama 2015).

Jasa transportasi saat ini merupakan sarana yang dinilai penting oleh masyarakat, dengan adanya transportasi dapat membantu dan mengefektifkan pekerjaan dalam memenuhi aktivitas sehari-hari. Di era modern sekarang ini jasa Transportasi berbasis *online* dapat memberikan kemudahan bagi siapa saja, terutama kemudahan pada masyarakat. Ada banyak pilihan aplikasi transportasi Online yang dapat menjadi pilihan bagi konsumen di Indonesia Aplikasi transportasi *online* dapat memberikan fasilitas kepada pelanggannya berupa kemudahan dan kenyamanan. Saat ini ada beberapa jenis pilihan jasa transportasi *online* di Indonesia antara lain seperti Go-jek, Grab, Maxim, Uber dan lain-lain hadirnya beberapa jenis pilihan jasa transportasi *online* tersebut membuat persaingan semakin ketat. Adapun berikut ini adalah jasa transportasi online yang sering di gunakan masyarakat Indonesia :



Sumber : Survei Transportasi Online yang sering di gunakan

Dari Hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) periode 2019-kuartal II/2020 terhadap 7000 responden dengan tingkat toleransi kesalahan (*margin of error*) 1,27% yang mana riset dilakukan pada 2-25 Juni 2020 mencatat, **Grab** dan **Gojek** menjadi layanan aplikasi transportasi *online* yang paling sering digunakan oleh masyarakat. Ada 21,3% responden yang mengaku sering menggunakan aplikasi Grab untuk bepergian.

Sementara, 19,4% responden mengaku kerap menggunakan aplikasi Gojek saat hendak bepergian. Responden yang memilih layanan aplikasi transportasi *online* lainnya, seperti Anterin, Bonceng, Maxim, dan FastGo berkisar di rentang 0,1%-0,3%. Adapun, 58,1% responden mengaku tak pernah menggunakan layanan aplikasi transportasi *online*.

Data di atas menunjukkan di Indonesia saat ini yang menjadi platform aplikasi jasa transportasi *online* terbesar adalah Grab dan Go-jek. Penelitian yang dilakukan oleh *ABI Research* (lembaga riset yang bermarkas di London, Inggris) pada tahun 2019, mengeluarkan sebuah hasil penelitian mengenai industri transportasi *online*. Dalam laporannya menyebutkan Kawasan Asia Pasifik telah menjadi pasar terbesar transportasi *online* (*ridehailing*) di dunia. Kawasan ini

mencakup 70% dari semua perjalanan *ridehailing* dunia. Grab dan Go-jek berkembang menjadi platform aplikasi terbesar dengan menawarkan layanan yang sesuai dengan kebutuhan dan permintaan, hal ini menjadikan Grab dan Go-jek mencapai kesuksesan di kawasan Asia Pasifik.

Dalam Riset yang dilakukan oleh *ABI Research* tersebut menemukan bahwa Grab memimpin pasar transportasi *online* di Indonesia. Di Indonesia, Grab memimpin pasar dengan 64 persen sedangkan Go-jek pesaing terdekat Grab memiliki 35,3 persen dari pasar Indonesia. Dari hasil riset tersebut dapat disimpulkan bahwa Grab adalah platform aplikasi yang populer dan banyak digunakan di Indonesia (*ABI Research*, 2019, paragraf. 3-4). Grab adalah sebuah perusahaan asal Singapura yang didirikan oleh Anthony Tan, Grab merupakan perusahaan penyedia jasa transportasi *online* yang telah berkembang di beberapa negara di Asia Tenggara. Grab secara konsisten mampu bersaing dengan platform aplikasi transportasi *online* lainnya dari berbagai kriteria seperti keterjangkauan harga, banyaknya promo-promo menarik yang membuat harga menjadi terjangkau, keamanan penggunaan aplikasi, dan kenyamanan pelayanan yang berusaha diberikan Grab kepada para pelanggannya. Ada berbagai macam layanan yang disediakan oleh Grab salah satunya untuk dapat membantu konsumen dalam melakukan perjalanan ke tempat tujuan seperti layanan Grab *car* untuk layanan transportasi mobil dengan cepat dan aman.

Untuk memenuhi standar kualitas Grab membangun fitur kepercayaan dan keselamatan yaitu :

1. Pencegahan yang meliputi: Pemeriksaan latar belakang pengemudi, pelatihan mengemudi, otentifikasi foto pengemudi, keamanan privasi pihak ketiga, pencegahan aktivitas ilegal dan verifikasi akun.
2. Perlindungan yang meliputi: Adanya tombol darurat (SOS) dalam aplikasinya penumpang dapat berbagi detail perjalanan, adanya asuransi kecelakaan pribadi dan menjamin keamanan data
3. Tindakan yang meliputi: Adanya fitur menilai perjalanan / review, pemantauan pengemudi dari pihak Grab, Telekmatika pengemudi dan adanya layanan pelanggan 24 jam 7 hari seminggu siap membantu.

Di tahun 2020 dan 2021 Pandemi Covid-19 telah menghantam bisnis jasa transportasi berbasis aplikasi atau *ride hailing*. Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat bahwa mayoritas sektor industri terimbas pandemi corona. Salah satunya yang paling terdampak yakni transportasi dan penyimpanan, di mana sektor ini berkontraksi 29,22 terhadap pertumbuhan domestik bruto (PDB) RI di kuartal kedua 2020 dibandingkan kuartal sebelumnya.

Sejumlah negara termasuk Indonesia melakukan pembatasan terhadap layanan transportasi berbasis aplikasi seperti pembatasan jumlah penumpang atau bahkan larangan mengangkut penumpang selama pandemi. Kebijakan pembatasan berskala luas ini bertujuan untuk melindungi konsumen serta untuk mencegah meluasnya pandemi corona telah menurunkan industri ride-hailing yang tengah berkembang. Adanya pembatasan berskala besar tentu akan berdampak pada pelayanan, harga dan fasilitas yang di berikan oleh driver Grab terhadap konsumen.

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan di atas, maka peneliti merasa tertarik untuk mengetahui lebih terperinci mengenai perlindungan hukum, pelayanan, harga, dan fasilitas kaitannya dengan kepuasan konsumen, sehingga peneliti memutuskan untuk mengambil judul. **“ANALISIS PERLINDUNGAN HUKUM, PELAYANAN, HARGA, DAN FASILITAS YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN KONSUMEN PENGGUNA JASA TRANSPORTASI ONLINE(GRAB) KOTA SEMARANG”**

1.2. Rumusan Masalah

Pada latar belakang masalah telah disebutkan bahwa terdapat banyak faktor yang mempengaruhi timbulnya suatu keinginan konsumen terhadap pelayanan, harga tiket, fasilitas dan perlindungan hukum Transportasi online Grab, begitu pula terdapat suatu keunggulan dan kelemahan pada masing-masing di antaranya perlindungan hukum, pelayanan, harga, fasilitas dan faktor lain yang belum terdeteksi oleh penulis. Maka dari itu, agar sasaran dalam pembahasan ini dapat tercapai, penulis memberikan ruang lingkup rumusan masalah yaitu :

1. Apakah faktor Perlindungan hukum berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen Transportasi *Online Grab*?

2. Apakah faktor pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen Transportasi *Online Grab*?
3. Apakah faktor harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen Transportasi *Online Grab*?
4. Apakah faktor fasilitas berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen Transportasi *Online Grab*?

1.3. Tujuan Dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

- 1) Menganalisis pengaruh faktor Perlindungan Hukum terhadap kepuasan konsumen dalam memilih Transportasi *Online Grab*.
- 2) Menganalisis pengaruh faktor Pelayanan terhadap kepuasan konsumen Transportasi *Online Grab*.
- 3) Menganalisis pengaruh faktor Harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Transportasi *Online Grab*.
- 4) Menganalisis pengaruh faktor Fasilitas terhadap kepuasan konsumen Transportasi *Online Grab*

2. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat :

a. Bagi penulis

Penelitian ini dapat digunakan untuk menerapkan teori-teori yang diperoleh di bangku kuliah dan mengaplikasikannya dengan kenyataan yang ada serta menambah pengalaman dan pengetahuan penulis akan masalah-masalah yang terjadi dalam perusahaan.

b. Bagi UNIVERSITAS MARITIM AMNI (UNIMAR AMNI)

Hasil Skripsi ini dapat penulis sumbangkan sebagai dokumentasi di perpustakaan untuk dibaca oleh seluruh taruna UNIMAR AMNI Semarang

c. Bagi perusahaan Transportasi Online Grab

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan masukan dan pertimbangan yang mungkin bermanfaat bagi perusahaan untuk meningkatkan lagi efektivitas strategi pemasaran dan operasional perusahaan.

d. Bagi pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi penelitian lebih lanjut dan dapat menambah pengetahuan bagi pembaca.

1.4. Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi ini diusahakan secara sistematis sehingga mudah untuk dipahami oleh pembaca. Sistematika penulisan dalam penelitian ini terdiri dari lima bab, yaitu :

Bab I Pendahuluan

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian serta sistematika penulisan.

Bab II Tinjauan Pustaka

Bab ini berisi tentang tinjauan pustaka yang digunakan dalam penelitian. Teori yang digunakan yaitu pengertian perlindungan hukum pelayanan, harga, fasilitas dan pelayanan, penelitian terlebih dahulu, hipotesis, kerangka pemikiran teoritis

Bab III Metodologi Penelitian

Bab ini berisi tentang variabel penelitian dan jenis penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode analisis.

Bab IV Hasil dan Pembahasan

Berisikan hasil penelitian dan pembahasan, mengemukakan hasil penelitian dan pembahasan masalah. Serta Implikasi Manajerial.

Bab V Kesimpulan dan Saran

Membahas tentang kesimpulan dan saran yang diperoleh dari hasil analisis data, saran dapat diberikan pada perusahaan yang terkait atau untuk koreksi terhadap studi selanjutnya.

Daftar Pustaka

Lampiran-Lampiran