

BAB I

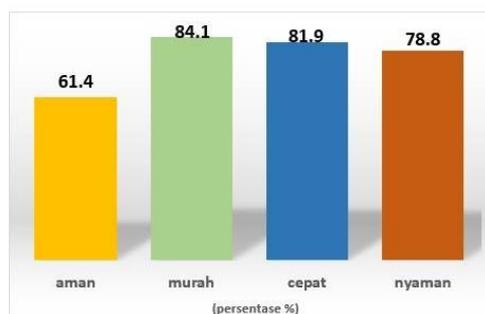
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dan kemajuan teknologi informasi yang semakin modern diikuti pula dengan semakin berkembang dan majunya alat transportasi yang ada. Transportasi yang merupakan salah satu sarana yang diperlukan pada saat ini, dikarenakan dengan adanya alat transportasi akan membuat pekerjaan lebih efektif dan dapat membantu memenuhi kebutuhan sehari-hari. Dalam dunia pariwisata, sarana transportasi juga menjadi salah satu aspek penting untuk menunjang kegiatan berwisata. Keberadaan transportasi yang baik di sebuah tempat merupakan aspek penting dalam meningkatkan jumlah wisatawan mengunjungi tempat tersebut dikarenakan hal tersebut semakin mempermudah wisatawan untuk menikmati suatu objek wisata.

Pada zaman dahulu, ketika wisatawan ingin berkunjung ke suatu objek wisata hanya dapat menggunakan alat transportasi konvensional seperti angkot dan bus kota ataupun bisa menggunakan transportasi pribadi. Namun seiring dengan perkembangan zaman dan adanya kemunculan jaringan internet dan alat komunikasi modern seperti *smartphone*, sarana transportasi di Indonesia sudah berkembang dengan pesat dan semakin modern. Yang dulunya hanya terdapat alat transportasi konvensional, sekarang sudah muncul berbagai jasa layanan transportasi *online* yang berbasis jaringan internet dikota-kota besar di Indonesia yang bisa diakses melalui *smartphone* seperti Grab, Gojek, Maxim, Anterin, dan lain sebagainya.

Perkembangan transportasi *online* sekarang semakin memudahkan seseorang untuk bepergian ke suatu tempat termasuk untuk mengunjungi objek-objek wisata yang ada. Pada saat ini juga kebanyakan dari orang-orang lebih banyak memilih untuk menggunakan sarana transportasi *online* dengan alasan harga yang murah, cepat, aman, dan nyaman. Berikut adalah diagram alasan konsumen memilih transportasi *online*.



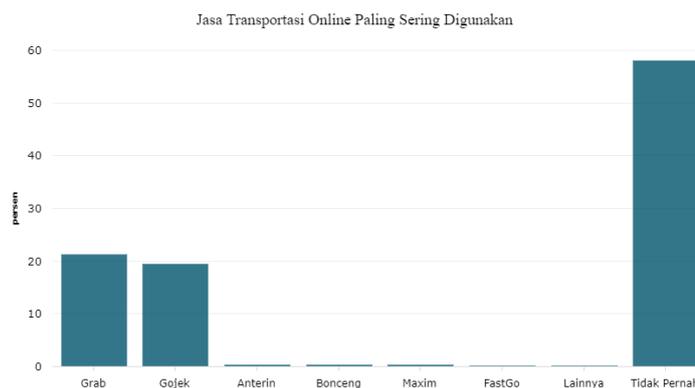
Gambar 1.1 Alasan Konsumen Memilih Transportasi *Online*
Sumber: Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI), 2017

Dari Gambar 1.1 dapat dilihat bahwa alasan harga menjadi pertimbangan kebanyakan konsumen. Sebanyak 84,1% konsumen menyatakan bahwa harga jasa layanan transportasi *online* lebih murah. Di urutan kedua, yakni sebanyak 81,9% konsumen lebih memilih transportasi online karena dirasa lebih cepat. Diurutan ketiga sebanyak 78,8% konsumen beralasan transportasi *online* dianggap lebih nyaman. Dan alasan keempat, sebanyak 61,4% konsumen merasa bahwa jasa layanan transportasi *online* lebih aman (<http://ylki.or.id/2017/07/warta-konsumen-transportasi-online-kawan-atau-lawan, 2017>).

Transportasi online sebagai salah satu pilihan angkutan untuk berwisata juga harus memberikan pelayanan yang maksimal kepada pengguna mulai dari sisi pelayanan maupun teknisnya untuk menjaga keberadaan transportasi *online* agar menjadi angkutan wisata pilihan dan dapat meningkatkan keputusan wisatawan untuk menggunakan transportasi *online* sebagai sarana transportasi pilihan. Menurut Kusumaningtyas (dalam Andilala, dkk., 2018: 1639) mengatakan bahwa pelayanan yang berkualitas yang diberikan dengan baik bisa mempengaruhi tingkat kepercayaan pengguna layanan terhadap suatu produk ataupun perusahaan. Karena transportasi *online* menggunakan pengemudi sebagai pekerja yang langsung berhadapan langsung dengan pengguna yang menentukan citra dari transportasi *online* itu sendiri, maka layanan yang diberikan oleh pengemudi kepada konsumen atau pengguna akan menentukan kualitas layanan dari transportasi *online* itu sendiri.

Kriteria sebuah pelayanan dikatakan baik apabila terdapat ketepatan waktu pelayanan yakni meliputi waktu tunggu dan waktu proses, akurasi pelayanan yang meliputi pelayanan yang diberikan bebas dari kesalahan, kesopanan dan keramahan penyedia jasa dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan, kemudahan mendapatkan pelayanan misalnya terdapat banyak petugas yang melayani dan banyaknya fasilitas pendukung, kenyamanan dalam memperoleh pelayanan yang berkaitan dengan lokasi, ruang tempat pelayanan, ketersediaan informasi dan sebagainya, serta terdapat atribut pendukung pelayanan lainnya. Berdasarkan kriteria yang disebutkan diatas, belum semua penyedia jasa khususnya penyedia jasa transportasi *online* menerapkan hal tersebut yang membuat pengguna transportasi *online* atau wisatawan terkadang merasa kecewa terhadap pelayanan yang diberikan kepada pelanggan.

Transportasi *online* yang sekarang terdapat di Indonesia setiap tahunnya semakin berkembang dan semakin banyak digunakan oleh pengguna. Data tahun 2020 menyebutkan sebanyak 21,7 juta masyarakat Indonesia menggunakan jasa layanan *ride hailing* atau jasa layanan transportasi online (<https://www.cnbcindonesia.com/tech/juta-masyarakat-indonesia-pakai-transportasi-online>, 2020). Berikut adalah diagram layanan transportasi online yang paling populer di Indonesia pada tahun 2020.



Gambar 1.2 Jasa Transportasi Online Paling Sering Digunakan
Sumber: Kata Data, 2020

Hasil survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) periode kuartal II/2020 mencatat bahwa, Grab dan Gojek

menjadi jasa layanan transportasi online yang paling sering digunakan oleh masyarakat Indonesia. Sebanyak 21,3% responden mengaku sering menggunakan aplikasi Grab untuk bepergian. Sementara, sebanyak 19,4% responden mengaku sering menggunakan aplikasi Gojek ketika akan bepergian. Sementara itu, responden yang memilih layanan aplikasi transportasi online lainnya, seperti Anterin, Bonceng, Maxim, serta FastGo berkisar antar 0,1%-0,3% (<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/11/grab-dan-gojek-layanan-transportasi-online-paling-sering-digunakan-masyarakat, 2020>).

Grab merupakan salah satu perusahaan penyedia jasa layanan transportasi *online* yang populer di Asia Tenggara dan yang paling sering digunakan di Indonesia. Grab yang didirikan pertama kali di Malaysia tahun 2012 dan kemudian pada tahun 2014 bermarkas di Singapura. Grab mulai hadir di Indonesia pada bulan Juni 2014 dengan mendirikan perusahaan PT Grab Indonesia. Selaras dengan perkembangannya, Grab semakin meningkat serta semakin banyak dibutuhkan oleh masyarakat untuk bepergian. Salah satu yang berkembang sekarang ialah jasa layanan transportasi roda empat atau disebut juga dengan *GrabCar*. *GrabCar* merupakan jasa layanan transportasi kendaraan mobil oleh Grab yang dapat mengantar orang bepergian ke berbagai tempat. Grab memaparkan perkembangan bisnisnya, dimana Grab mencatat pertumbuhan layanan *GrabCar* tumbuh lebih dari 250 kali sejak pertengahan 2015, layanan penyewaan mobil pribadi menjadi bagian besar dari bisnis Grab secara keseluruhan. Pada tahun 2016 layanan *GrabCar* di Indonesia telah tumbuh 300 persen. (<https://www.grab.com/id/press/business/grab-paparkan-perkembangan-bisnis-semester-pertama-2016, 2020>).

Berdasarkan survei APJII tahun 2020 Transportasi *online* Grab menjadi layanan transportasi *online* yang paling sering digunakan di Indonesia. Namun, berdasarkan hasil survei dari *Top Brand Index* untuk kategori transportasi *online* pada tahun 2019 dan 2020 pertumbuhan merek Grab mengalami penurunan.

Tabel 1.1
Persentase penurunan pertumbuhan Grab

Tahun	Persentase	<i>Top Brand Index</i>
2016	14,7%	TOP 2
2017	28,2%	TOP 2
2018	48.0%	TOP 1
2019	43.1%	TOP 2
2020	43.5%	TOP 2

Sumber: *Top Brand Index*, 2021

Berdasarkan tabel 1.1 dapat dilihat bahwa pertumbuhan transportasi *online* Grab meningkat dari tahun 2016 hingga 2018 yakni dari 14,7% pada 2016 meningkat menjadi 48,0% di tahun 2018. Kemudian, pada tahun 2019 dan 2020 mengalami penurunan menjadi 43,1% dan 43,5% (*Top Brand Index*, 2020). Berdasarkan hasil survei tersebut, dapat dilihat bahwa persaingan untuk memperebutkan pasar transportasi *online* di Indonesia sangat ketat antar jasa layanan transportasi *online*, keadaan ini mengharuskan Grab untuk selalu berusaha menarik masyarakat agar dapat selalu menggunakan Grab dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan yang ada sehingga dapat meningkatkan keputusan wisatawan untuk menggunakan Grab ke tempat wisata.

Andilala, dkk. (2018: 1646) dalam penelitiannya tentang Analisis Pengaruh Harga, Persepsi Ukuran, Persepsi Reputasi, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepercayaan Konsumen Dalam Menggunakan Transportasi Online (Studi Kasus : GO-JEK Indonesia) menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan secara parsial signifikan paling berpengaruh terhadap kepercayaan konsumen Gojek. Kemudian menurut Farenzia dan Raymond (2020) tentang Pengaruh Kualitas Layanan, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Grab Di Batam mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan pembelian, sehingga dapat disimpulkan semakin tinggi kualitas layanan yang diberikan maka semakin tinggi pula keputusan pembelian jasa Grab di Batam.

Beberapa permasalahan yang terdapat pada kualitas layanan transportasi *online* Grab antara lain yakni pada dimensi ketepatan waktu pelayanan, pengemudi lama menjemput pelanggan ke lokasi penjemputan

dikarenakan pengemudi tidak dapat membaca peta atau aplikasi GPS yang sedang mengalami gangguan, alasan lain pengemudi lama menjemput pelanggan dikarenakan pengemudi sedang istirahat makan atau minum, sehingga meminta pelanggan untuk bersedia menunggu beberapa waktu yang mana hal tersebut membuat pelanggan akan kehilangan banyak waktu. Menurut Purwadi (2019) ketepatan waktu pelayanan sangatlah penting dalam hal pemberian pelayanan karena sebuah kesuksesan dalam pemberian pelayanan haruslah didukung dari disiplin waktu.

Permasalahan selanjutnya pada dimensi kesopanan dan keramahan, pengemudi sering bertindak tidak sopan dan tidak ramah kepada pelanggan. Hal tersebut disebabkan oleh tindakan jual beli akun yang dilakukan oleh pengemudi yang sudah tidak aktif lagi kepada orang yang tidak bertanggung jawab, sehingga orang yang membeli akun pengemudi tersebut dapat bertindak tidak sopan dan tidak ramah, bahkan dapat melakukan tindakan pencurian dan tindakan pelecehan kepada pelanggan seperti yang pernah dialami oleh mahasiswa yang dilecehkan oleh pengemudi *GrabCar* di Kota Palembang. Purwadi (2019) dalam penelitiannya mengemukakan bahwa kesopanan dan keramahan dalam memberikan pelayanan merupakan salah satu hal yang harus diperhatikan dalam perbaikan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan khususnya pada saat interaksi secara langsung.

Pada dimensi kemudahan mendapatkan pelayanan, permasalahan yang timbul yakni ketika cuaca sedang hujan atau pelanggan yang hendak memesan *GrabCar* berada di tempat yang ramai seperti di tempat wisata, susah untuk mendapatkan pengemudi dan jika mendapatkan pengemudi tarifnya menjadi naik beberapa kali lipat dari tarif biasanya. Ketika hari sudah malam, pengemudi juga sering untuk meminta pembatalan secara sepihak kepada pelanggan dengan alasan jarak tempuh terlalu jauh dan daerah pelanggan yang rawan. Ardane (2017) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa dimensi kemudahan mendapatkan pelayanan merupakan factor yang berkontribusi dominan besar dalam mempengaruhi kualitas pelayanan.

Permasalahan berikutnya pada dimensi kenyamanan dalam pelayanan, pengemudi *GrabCar* membawa kendaraan secara ugal-ugalan atau dengan kecepatan yang tinggi, hal tersebut dapat membahayakan keselamatan pelanggan dan membuat pelanggan merasa tidak aman dan nyaman. Keadaan di dalam kendaraan yang kotor dan bau juga membuat pelanggan tidak akan merasa nyaman selama perjalanan, hal tersebut juga melanggar SOP dari Grab yang harus tetap menjaga kendaraan selalu bersih dan tidak berbau.

Di Kota Palembang, Grab mulai merambah masuk pada bulan Maret 2017 dengan pilihan layanan yang paling sering digunakan oleh masyarakat Kota Palembang yakni *GrabCar*, *GrabBike*, *GrabFood* dan *GrabExpress*. *GrabCar*, sebagai layanan yang paling sering digunakan oleh masyarakat Palembang mempunyai kelebihan tersendiri. *GrabCar* dapat menampung dan mengangkut lebih banyak orang di dibandingkan dengan *GrabBike* (4-6 orang) sehingga ketika hendak bepergian khususnya ke tempat wisata dapat mempersingkat waktu.

Menurut Menteri Pariwisata Terdahulu Arief Yahya, aspek transportasi belum mampu mengakomodir kebutuhan wisatawan baik lokal maupun mancanegara. Kendala tersebut dimanfaatkan oleh Grab Indonesia untuk menciptakan inovasi layanan transportasi antar wisata berbasis aplikasi *online*, yaitu sewa *GrabCar*, sebagai bentuk dukungan program “Wonderful Indonesia”. Grab juga telah menyediakan layanan *GrabCar* secara resmi di Bandara Internasional Sultan Mahmud Badaruddin II Palembang sehingga wisatawan langsung dapat memesan layanan *GrabCar* dengan mudah dan legal (<https://tirto.id/menteri-pariwisata-nilai-transportasi-kita-masih-rendah-c8FS>, 2018).

Wisatawan di kota Palembang juga sudah banyak yang menggunakan transportasi *online* (Grab) *GrabCar* untuk menuju ke tempat objek-objek wisata. Berikut adalah data wisatawan dari beberapa objek wisata di kota Palembang yang banyak dikunjungi oleh wisatawan:

Tabel 1.2
Data Pengunjung Objek Wisata di kota Palembang

Objek Wisata	Data Pengunjung Tahun 2019	Data Pengunjung Tahun 2020
Amanzi <i>Water Park</i>	141.778	50.662
Museum Balaputradewa	105.922	27.966
Taman Wisata Pundi Kayu	28.670	10.255
Museum SMB II	21.839	5.047
TPKS	15.354	5.841

Sumber: Data Diolah, 2021

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa objek wisata *Amanzi Water Park* adalah objek wisata yang paling banyak dikunjungi oleh wisatawan di kota Palembang meskipun pada tahun 2020 semua objek wisata mengalami penurunan dikarenakan pandemi covid-19 namun tetap menjadi objek wisata yang paling banyak dikunjungi oleh wisatawan yakni sebanyak 50.622 wisatawan. Berdasarkan hal tersebut peneliti memilih wisatawan yang berkunjung ke *Amanzi Water Park* untuk melihat seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan menggunakan transportasi *online Grab (GrabCar)* sebagai angkutan wisata untuk menuju ke *Amanzi Water Park*.

Berdasarkan dari uraian latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dan menguraikannya dalam skripsi berjudul **“Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menggunakan Transportasi *Online Grab (GrabCar)* Sebagai Angkutan Wisata (Studi Kasus Pada Wisatawan Objek Wisata *Amanzi Water Park*)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, rumusan masalah yang terdapat dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan wisatawan pada objek wisata *Amanzi Water Park* menggunakan transportasi *online Grab (GrabCar)* sebagai angkutan wisata?

2. Faktor-faktor apa saja yang mempunyai pengaruh terhadap keputusan wisatawan pada objek wisata Amanzi *Water Park* menggunakan menggunakan transportasi *online* Grab (*GrabCar*) sebagai angkutan wisata?

1.3 Batasan Masalah

Dalam penyelesaian skripsi ini, peneliti membatasi ruang lingkup masalah agar penelitian tidak meluas cakupannya dan menjadi lebih jelas dan terarah. Adapun Batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: Menggunakan 6 dimensi kualitas pelayanan yakni ketepatan waktu pelayanan, akurasi pelayanan, kesopanan dan keramahan dalam memberikan pelayanan, kenyamanan dalam memperoleh pelayanan, dan atribut pendukung pelayanan. Objek penelitian hanya pada jasa layanan transportasi Online Grab (*GrabCar*) dan Subjek penelitian hanya pada wisatawan pada objek wisata Amanzi *Water Park*.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari pembuatan skripsi ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan wisatawan pada objek wisata Amanzi *Water Park* menggunakan transportasi *online* Grab (*GrabCar*) sebagai angkutan wisata.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap keputusan wisatawan pada objek wisata Amanzi *Water Park* menggunakan transportasi *online* Grab (*GrabCar*) sebagai angkutan wisata.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini memberikan informasi tentang pengaruh kualitas pelayanan serta faktor-faktor yang mempunyai pengaruh terhadap keputusan wisatawan pada objek wisata Amanzi *Water Park* menggunakan transportasi *online* Grab (*GrabCar*) sebagai angkutan

wisata. Penelitian ini juga bermanfaat dalam memenuhi serta menambah ilmu pengetahuan tentang kualitas pelayanan transportasi *online* yang dapat dijadikan bahan referensi untuk melakukan penelitian lanjutan.

1.5.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini ialah bagi praktisi, penelitian ini mempunyai informasi yang dapat dimanfaatkan sebagai bahan pertimbangan untuk melihat fenomena pengaruh kualitas pelayanan transportasi *online*. Bagi perusahaan, dapat dimanfaatkan sebagai bahan pertimbangan dan masukan dalam menentukan kualitas pelayanan yang tepat untuk diberikan kepada pelanggan. Bagi pembaca, dapat bermanfaat sebagai informasi yang berkaitan dengan kualitas pelayanan dan keputusan menggunakan transportasi *online* Grab (*GrabCar*).