

ANALISIS FAKTOR FAKTOR YANG DI PERTIMBANGKAN KONSUMEN MEMILIH GRABCAR DI SURABAYA

Ricky Irianto

Fakultas Ekonomi, Program Studi Manajemen, Universitas Widya Kartika Surabaya
Jl. Sutorejo Prima Utara II/I, Surabaya 60113
Email: Iriantoricky1995@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang di pertimbangkan masyarakat Surabaya dalam memilih GrabCar. Yang menjadi latar belakang dalam penelitian ini adalah dikarenakan, banyaknya tindak kejahatan taksi *online* yang terjadi membuat masyarakat Surabaya malah semakin banyak menggunakan jasa transportasi *online*. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kuisisioner. Jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah 203 responden, Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel menggunakan teknik *non probability sampling*. Metode analisis data yang di gunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis faktor dengan menggunakan SPSS. Hasil yang di dapat dari penelitian ini adalah 6 faktor yang di pertimbangkan masyarakat surabaya dalam keputusan memilih GrabCar di Surabaya yaitu: (1) Faktor Kualitas layanan, (2) Faktor Reputasi, (3) Faktor harga, (4) Faktor diskon, (5) Faktor aksesibilitas, (6) Faktor Service recovery.

Kata Kunci:Faktor Kualitas layanan, Faktor Reputasi, Faktor harga, Faktor diskon, Faktor aksesibilitas, Faktor Service recovery.

ABSTRACT

This study aims to determine what factors are considered by the people of Surabaya in choosing GrabCar. The background in this research is because, the number of online taxi crimes that occur make the people of Surabaya even more and more use online transportation services. Data collection methods used in this study are using questionnaires. The number of respondents used in this study was 203 respondents, the technique used in sampling used non probability sampling techniques. Data analysis method used in this study uses factor analysis using SPSS. The results obtained from this study are 6 factors that are considered by the Surabaya community in the decision to choose GrabCar in Surabaya, namely: (1) Service quality factors, (2) Reputation factors, (3) Price factors, (4) Discount factors, (5) Accessibility factors, (6) Service recovery factors.

Pendahuluan

Sistem transportasi berperan sangat penting dalam perkembangan dan kemajuan suatu daerah seiring dengan berjalannya waktu akan mengalami penambahan penduduk sehingga pengguna jalan akan semakin bertambah dan pengguna kendaraan bermotor juga semakin hari akan bertambah, di perlukan peningkatan prasarana dan sarana untuk menunjang kelancaran lalu lintas yang ada di Surabaya.

Kemajuan teknologi yang sudah semakin canggih dari masa ke masa membuat masyarakat berkembang menjadi masyarakat yang modern, Sehingga dapat membuka peluang usaha yang lebih luas pengguna internet di jaman sekarang yang menjadi gaya hidup masyarakat telah membuka peluang baru bagi pelaku usaha dalam melakukan bisnis melalui media internet, Yang biasa dikenal oleh masyarakat sebagai belanja online atau social media. Internet memiliki keunggulan akses 24 jam yang mudah di jangkau dan dapat di gunakan oleh masyarakat dalam membantu masyarakat mempermudah suatu pekerjaan maupun kegiatan yang akan dilakukan, membuat masyarakat lebih efisien dalam memanfaatkan waktu, Alternative ruang maupun pilihan yang relative tak terbatas, Personalisasi , Sumber informasi potensial, dan lain lain.

Indonesia merupakan Negara yang sangat potensial dalam bisnis online di karenakan pengguna internet di Indonesia sudah sangatlah banyak dan tidak mengenal batasan umur mulai dari kalangan anak-anak, Dewasa, hingga orang tua pun memanfaatkan hal tersebut demi menunjang kelancaran bisnis maupun kegiatan dalam menjalankan aktivitas sehari hari.

tekno.kompas.com/read/2018/02/22/16453177/berapa-jumlah-pengguna-internet-indonesia

Menunjukkan bahwa populasi penduduk Indonesia saat ini mencapai 262 juta orang. Lebih dari 50 persen atau sekitar 143 juta orang telah terhubung jaringan internet sepanjang 2017, setidaknya begitu menurut laporan terbaru dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). Mayoritas pengguna internet sebanyak 72,41% masih dari kalangan masyarakat urban. Pemanfaatannya sudah lebih jauh, bukan hanya untuk berkomunikasi tetapi juga membeli barang, memesan transportasi, hingga berbisnis dan berkarya. Berdasarkan wilayah geografisnya, masyarakat Jawa paling banyak terpapar internet yakni 57,70 persen. Selanjutnya Sumatera 19,09 persen, Kalimantan 7,97 persen, Sulawesi 6,73 persen, Bali Nusa 5,63 persen, dan Maluku-Papua 2,49 persen.

Dikalangan usia muda, banyak melakukan inovasi dengan Internet dan tak bisa dipisahkan dari kehidupan sehari-hari anak muda zaman sekarang. Sebanyak 49,52 persen pengguna internet di Tanah Air adalah mereka yang berusia 19 hingga 34 tahun. Kelompok ini mengabsahkan profesi-profesi baru di ranah maya, semisal Selebgram (selebritas Instagram) dan YouTuber (pembuat konten YouTube). Menjamurnya perusahaan rintisan digital atau startup pun sedikit banyak digerakan oleh kelompok usia ini, baik mereka sebagai pendiri atau konsumen. Di posisi kedua, sebanyak 29,55 persen pengguna internet Indonesia berusia 35 hingga 54 tahun. Kelompok ini berada pada usia produktif dan mudah beradaptasi dengan perubahan. Remaja usia 13 hingga 18 tahun menempati posisi ketiga dengan porsi 16,68 persen. Terakhir, orang tua di atas 54 tahun hanya 4,24 persen yang memanfaatkan internet.

Perkembangan teknologi di bidang Bisnis Online yang telah menjadi trend baru dikalangan masyarakat, Dan membawa banyak perubahan khususnya dalam bidang pemasaran, Adanya internet di satu sisi dapat memberikan keuntungan bagi penjual di karenakan penjual dapat mempromosikan produknya atau menawarkan dengan cepat, Mudah dengan menggunakan internet. Bisnis Online merambah pada semua jenis usaha dan jenis produk, Termasuk juga dengan layanan transportasi.

<https://ehsurabaya.wordpress.com/2017/02/16/2130/>

Kota Surabaya sebagai kota metropolitan memiliki tingkat kepadatan lalu lintas yang cukup tinggi, maka tidak heran jika harus berhadapan dengan kemacetan yang melanda beberapa daerah di Surabaya. Permasalahan kemacetan dan polusi atau pencemaran dari kendaraan bermotor ini memang menjadi permasalahan utama yang dihadapi oleh kota-kota besar, tidak hanya di Surabaya, kota-kota lain di Indonesia. Banyak orang terdorong untuk menggunakan kendaraan pribadi terutama sepeda motor karena ketiadaan transportasi umum atau konvensional yang aman, nyaman, dan tepat waktu. Akibatnya, kemacetan lalu lintas tidak dapat dihindari khususnya pada jam-jam sibuk. Tingginya pertumbuhan penduduk berdampak pada peningkatan jumlah transportasi sebagai sarana aktivitas dalam pemenuhan kebutuhan hidupnya, maka dari itu pembisnis memanfaatkannya dengan cara membuat transportasi *Online* yang mudah di jangkau oleh semua kalangan untuk memenuhi kebutuhan akan transportasi, Grab adalah salah satu transportasi yang berbasis online yang memudahkan konsumen agar dapat memperoleh transportasi yang cepat, praktis, dan efisien dalam menghemat waktu mejadi kunci banyaknya peminat transportasi online. Selain itu, kepastian dan murahanya tarif menjadi daya tarik konsumen dalam beralih dari transportasi konvensional menjadi transportasi berbasis Online.

Tahun 2015 merupakan masa yang fenomenal bagi perkembangan layanan transportasi on demand, atau yang biasa dikenal dengan transportasi online. Transportasi online yang berkembang melalui sebuah aplikasi mobile baru menjadi sebuah layanan besar, yang kemudian mendapat banyak tanggapan yang baik dari masyarakat salah satu transportasi online adalah Grab.

Grab pertama kali menjejakkan kaki di pasar Indonesia pada Juni 2014 dengan layanan GrabTaxi. Tidak ada masalah dengan layanan ini. Sebab, GrabTaxi hanya menjadi penyedia aplikasi yang menghubungkan antara konsumen dengan sopir taksi konvensional. Dengan kata lain, layanan ini mempermudah para sopir taksi konvensional untuk mencari penumpang. Seiring dengan popularitasnya yang semakin meluas, pada 2015 GrabTaxi melakukan ekspansi dengan merilis layanan ojek online pesaing Go-Jek, yakni GrabBike. Layanan ini pun bisa diterima dengan baik oleh masyarakat. Sedikit kisruh dengan ojek pangkalan sama sekali tidak mengganggu operasional. Dan pada Juni 2015, barulah GrabTaxi merilis GrabCar di Bali. Lalu, pada Agustus 2015, GrabCar juga hadir di Jakarta.

GrabCar merupakan layanan transportasi kendaraan roda empat berpelat hitam, yang menawarkan kemudahan bagi konsumen di dalam transportasi online, perusahaan berbasis aplikasi yang sudah ada di beberapa Negara di Asia Tenggara, yakni Malaysia, Singapura, Thailand, Vietnam, Indonesia dan Filipina. Grab memiliki visi untuk merevolusi industri pertaksian di Asia Tenggara, sehingga dapat memberikan keamanan serta kenyamanan bagi pengguna kendaraan Asia Tenggara. Layanan Grab tersedia untuk system operasi IOS, dan Android.

PT. GRAB Indonesia merupakan perusahaan yang menyediakan layanan transportasi online dengan berbasis aplikasi. Tidak hanya menyediakan layanan transportasi, Grab sendiri juga juga melayani jasa transportasi penumpang menggunakan Mobil (GrabCar) , Sepeda motor (GrabBike), Jasa pengiriman barang (GrabExpres).

Metode Penelitian

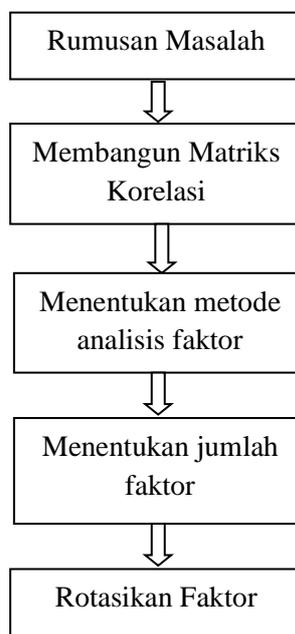
Penelitian ini merupakan penelitian yang bersifat kuantitatif yaitu dengan cara membagikan kuisioner agar mendapatkan penjelasan secara sistematis dan akurat untuk mengetahui fakta-fakta mengenai faktor-faktor yang di pertimbangkan konsumen Surabaya dalam memilih GrabCar.

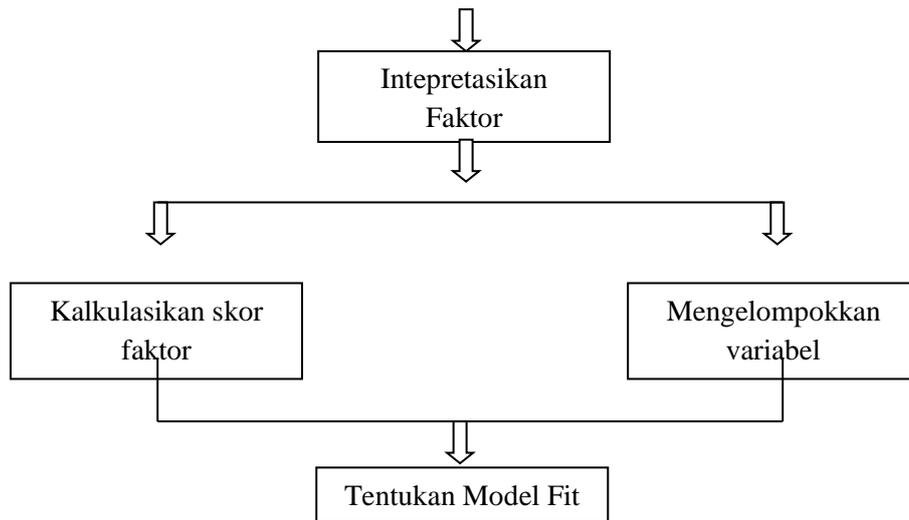
Peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel sumber dan data yang di lakukan secara *non probability sampling* dengan teknik *sampling insidental* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel teknik *sampling insidental* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/incidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila di pandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. (Sugiyono 2016:126).

Penelitian ini menggunakan metode analisis PCA (principal component analysis) dari analisis ini peneliti belum mempunyai pengetahuan atau teori maupun hipotesis yang menyusun faktok-faktornya yang akan di bentuk atau yang terbentuk, sehingga peneliti mencari jawaban dari masing-masing faktor.

Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang menggunakan jasa GrabCar Surabaya minimal satu kali dalam satu bulan.Sampel adalah proses memilih sejumlah karakter dari beberapa populasi.

Analisa faktor nama yang diberikan pada sejumlah prosedur yang terutam digunakan untuk merangkum data dalam jumlah besar yang tersebar menjadi beberapa variabel saja untuk mempermudah penelitian (Ferrinadewi 2011 : 93)





Sumber: Ferrina dewi (2011:99)

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode analisis PCA (Principal Component Analysis). Sampel yang di gunakan adalah 203 Responden.

Pembahasan

Dari hasil pengisian kuisioner pada 203 responden konsumen yang menggunakan jasa GrabCar di Surabaya minimal 1 kali dalam satu bulan. Sehingga penulis mendapatkan data karakteristik dari responden yang akan di olah penulis melalui program SPSS.

Dari total 203 responden jenis kelamin pengolahan data tersebut terdiri dari sebanyak 58% perempuan dari total responden, sedangkan jumlah responden laki-laki sebanyak 42% dari total responden

Profil responden didasarkan pada usia dikelompokkan menjadi lima kelompok usia. Persentase terbesar responden dengan usia antara 26 tahun – 35 tahun yaitu sebesar 41%. Persentase terbesar kedua adalah responden dengan usia antara 36 tahun – 45 tahun sebesar 23%, dan persentase terbesar ketiga adalah responden dengan usia antara 17 tahun – 25 tahun yaitu sebesar 19%. Berdasarkan pada perbandingan persentase didasarkan pada kelompok usia responden, diketahui bahwa sebagian besar responden yang menggunakan layanan GrabCar dengan usia antara 36 tahun – 45 tahun. Jika dilihat dari tingkat mobilitas konsumen maka konsumen dengan kelompok usia tersebut cenderung lebih tinggi karena pada umumnya pada usia tersebut dengan aktivitas yang lebih tinggi selain berhubungan dengan aktivitas pekerjaan juga berhubungan dengan kebiasaan untuk lebih sering beraktivitas di luar rumah sehingga lebih banyak yang menggunakan layanan GrabCar.

Berdasarkan latar belakang pendidikan, diketahui bahwa sebagian besar responden penelitian ini dengan latar belakang pendidikan sarjana S1 sebesar 45%, persentase terbesar kedua dengan latar belakang pendidikan SMA sebesar 34%. Responden dengan latar beakang pendidikan diploma dengan persentase terbesar ketiga. Meskipun demikian, juga terdapat 3% responden dengan latar belakang pendidikan

sarjana S2 atau S3. Informasi yang bisa didapatkan dari latar belakang pendidikan ini bahwa keberadaan GrabCar direspon positif untuk itu, responden dari berbagai latar belakang pendidikan

Profil responden didasarkan pada pekerjaannya, menunjukkan bahwa sebagian besar responden penelitian dengan pekerjaan pegawai swasta yaitu sebesar 61%. Persentase terbesar kedua dengan pekerjaan wiraswasta sebesar 21%, dan responden dengan pekerjaan ibu rumah tangga dengan persentase terbesar ketiga yaitu 6%. Berdasarkan perbandingan persentase responden dilihat dari latar belakang pekerjaan, bisa dijelaskan bahwa sebagian besar re

responden dengan pekerjaan pegawai swasta, hal ini disebabkan karena pada umumnya sebagian besar masyarakat lebih banyak yang bekerja sebagai pekerja swasta dibandingkan dengan pekerjaan lainnya.

Profil responden didasarkan pada kepentingan sehingga menggunakan layanan GrabCar, bisa dijelaskan bahwa sebagian besar responden menyatakan menggunakan layanan GrabCar untuk jalan-jalan dengan persentase sebesar 65%. Kepentingan jalan-jalan di sini adalah ketika pergi ke mall, tempat perbelanjaan dan lainnya. Persentase terbesar kedua kepentingan responden sehingga menggunakan layanan GrabCar adalah untuk keperluan berangkat/pulang kerja yaitu sebesar 26%. Sedangkan persentase terbesar ketiga untuk kepentingan lain-lain yaitu sebesar 7%. Kepentingan lain-lain ini antara lain: untuk mengunjungi kerabat atau keluarga, untuk kepentingan pergi ke dokter, dan berbagai alasan lainnya.

Kesimpulan

1. Hasil reduksi faktor terhadap 20 faktor yang dipertimbangkan konsumen untuk memilih layanan GrabCar adalah enam faktor.
2. Hasil penamaan terhadap faktor baru hasil reduksi faktor adalah: kualitas layanan, reputasi, harga, diskon, aksesibilitas, dan *servicerecovery*. Kemampuan setiap faktor untuk menjelaskan pertimbangan konsumen sehingga memilih layanan GrabCar dengan nilai yang berbeda-beda.
3. Berdasarkan nilai % of variance, diketahui bahwa faktor 1 (kualitas layanan) memiliki kemampuan menjelaskan pertimbangan konsumen sehingga memilih GrabCar sebesar 29,204%. Faktor kedua (reputasi) dengan kemampuan sebesar 12,80%, faktor ketiga (harga) dengan kemampuan sebesar 10,368%, faktor keempat (diskon) dengan kemampuan sebesar 6,980%, faktor kelima (aksesibilitas) dengan kemampuan sebesar 6,489%, dan faktor keenam dengan kemampuan sebesar 5,939%.