

**PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP PENGGUNAAN
TRANSPORTASI *ONLINE* GRAB DI SUMENEP**

ARTIKEL SKRIPSI



**PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP PENGGUNAAN
TRANSPORTASI *ONLINE* GRAB DI SUMENEP**

Artikel Skripsi
Program Studi : Manajemen

Diajukan Oleh :
NUFUS NASIKAH
NPM : 715.2.1.1885

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WIRARAJA
2019**

Telah Disetujui
Dosen Pembimbing
Pada Tanggal 21 Agustus 2019



Dedy Arfiyanto, SE., MM
0731077301

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wiraraja,
saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nufus Nasikah
NPM : 715.2.1.1885
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Hak **Bebas Royalti Noneklusif (Non-exclusive Royalty-Free
Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Persepsi masyarakat terhadap penggunaan transportasi *online* grab di Sumenep

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini
Fakultas Ekonomi dan Bisnis berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola
dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya
selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak
Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan
sebagaimana mestinya.

Dibuat di : Sumenep

Pada tanggal : 20 Agustus 2019

Yang menyatakan



(Nufus Nasikah)

PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP PENGGUNAAN TRANSPORTASI *ONLINE* GRAB DI SUMENEP

Nufus Nasikah
Dedy Arfianto

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wiraraja

Email : chiikachiiko29@gmail.com

Email : dedyarfianto@wiraraja.ac.id

Abstrak

Suatu dampak adanya kemajuan teknologi informasi dan komunikasi adalah munculnya transportasi yang mengandalkan aplikasi berbasis teknologi sebagai penghubung antara penyedia dan pengguna jasa transportasi, yang dikenal sebagai transportasi *online*. Ada banyak faktor yang menentukan keputusan pengguna untuk memilih penyedia transportasi *online*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi masyarakat terhadap penggunaan transportasi *online* Grab di Sumenep. Penelitian ini meneliti konsumen yang menggunakan pelayanan dari transportasi *online* Grab. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif yang berguna untuk memberikan fakta dan data.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi masyarakat terhadap penggunaan transportasi *online* Grab menunjukkan hasil positif. Persepsi masyarakat terbukti bahwa dapat mempengaruhi pandangan terhadap transportasi *online*. Dikarenakan transportasi *online* melakukan pelayanan terhadap masyarakat, maka mulai dari kinerja maupun atribut transportasi dapat mempengaruhi persepsi masyarakat. Baik atau buruknya persepsi yang ada di masyarakat terhadap transportasi *online*, bergantung pada kinerja para pengemudi transportasi *online* pada saat memberikan pelayanan terhadap masyarakat. Pelayanan yang diberikan kepada masyarakat akan sangat mempengaruhi persepsi masyarakat sebagai konsumen baik itu persepsi buruk maupun persepsi yang baik terhadap transportasi *online* Grab.

Kata Kunci: *Grab*, penggunaan transportasi *online*, dan persepsi masyarakat.

Public Perception of Grab Online Transportation Use In Sumenep

Abstract

An impact of the advancement of information and communication technology is the emergence of transportation that relies on technology-based applications as a connecting between providers and users of transportation services, known as online transportation. There are many factors that determine a user's decision to choose an online transportation provider.

The purpose of this research to determine the public perception of Grab's online transportation in sumenep. This research examines consumers who use services from Grab online transportation. The method used is descriptive qualitative method that is useful for providing facts and data.

The results showed that public perceptions of the use of Grab online transportation showed positive results. Public perceptions prove that it can influence views on online transportation. Because online transportation services the community, starting from the

performance and attributes of transportation can affect people's perceptions. The good or bad perception that exists in the community towards online transportation depends on the performance of onlinetransportation drivers when providing services to the community. Services provided to the community will greatly influence the perception of the public as consumers, both poor perceptions and good perceptions of Grab's online transportation.

Keywords : *Grab, using online transportation, and public perception*

Pendahuluan

Grab merupakan sebuah perusahaan asal Singapura yang melayani aplikasi penyedia transportasi dan tersedia di enam negara di Asia Tenggara, yakni Malaysia, Thailand, Vietnam, Filipina, dan Indonesia. Tahun 2012, perusahaan Grab hadir di Indonesia sebagai *Social Entrepreneurship* inovatif untuk mendorong perubahan sektor transportasi informal agar dapat beroperasi secara profesional.

Grab adalah ojek *online* yang dinaungi oleh perusahaan yang jelas, kebersihan dan keamanan dalam berkendara diberikan oleh Grab dengan memfasilitasi konsumen helm. Harga yang transparan yang dimiliki Grab lewat aplikasi pemesanannya adalah salah satu kunci utama yang membuat ojek *online* diminati oleh masyarakat. Serta yang membuat Grab berbeda dengan ojek lainnya adalah memiliki merk (*brand*) "Grab" serta pemilihan warna bernuansa hijau diatribut Grab, baik dari helm, jaket pengemudi, serta aplikasi, membuat masyarakat akan selalu ingat dibenak mereka bahwa ojek berwarna hijau adalah Grab.

Pengemudi ojek direkrut dengan cara dilatih, serta dibekali jaket, helm dan *smartphone* yang berguna melihat pemesanan serta menghitung harga berdasarkan jarak. Masyarakat di Sumenep akan senang dengan adanya transportasi *online* seperti Grab, karena pemesanan yang mudah menggunakan aplikasi melalui *smartphone*, harga yang terjangkau serta transparan. Ojek *online* Grab menghadirkan berbagai macam layanan yang ada pada aplikasi mereka sehingga masyarakat sangat puas karena ojek tidak hanya untuk mengantarkan mereka pulang pergi tetapi juga bisa mengantarkan makanan, dan barang dengan tarif yang tergolong terjangkau.

Pengguna ojek *online* Grab sendiri bervariasi, mulai anak muda hingga dewasa, baik anak sekolah maupun pekerja kantoran. Grab mampu mensegmen segala konsumen, serta mempunyai produk jasa yang mudah digunakan dan harganya tergolong bersahabat. Pelayanan yang ditawarkan Grab dan diminati di Sumenep antara lain adalah tidak hanya *grab-bike* (ojek *online*) tetapi ada *grab-food* (layanan antar makanan dan minuman), dan *grab-express* (layanan antar barang).

Penelitian ini berkaitan dengan pelayanan yang diterapkan oleh ojek *online* Grab. Tingkah laku yang sopan, cara menyampaikan sesuatu yang berkaitan dengan apa yang seharusnya diterima oleh orang yang bersangkutan, waktu penyampaian yang tepat, dan keramahannya, hal ini menggambarkan kualitas pelayanan yang dilakukan oleh ojek *online*.

Jadi proses penentuan suatu kualitas pelayanan yang diberikan merupakan penilaian dari penerima jasa berdasarkan sudut pandang dan persepsi pelanggan atas jasa pelayanan yang didapatkan. Persepsi penilaian konsumen terhadap pelayanan yang diberikan merupakan penilaian menyeluruh dari suatu penilaian pelayanan yang diberikan sehingga dapat dikatakan bahwa suatu pelayanan yang berkualitas adalah pelayanan yang berdasarkan pada kepuasan konsumen.

Pelanggan yang menilai kualitas yang diberikan oleh Grab cukup memuaskan cenderung merasa senang, nyaman menggunakan layanan jasa, merasa harapan mereka terpenuhi dan merasa tidak dibohongi sehingga akan kembali melakukan *order* atau pemesanan, menggunakan fitur-fitur layanan, bahkan merekomendasikan layanan dan tentunya tetap menggunakan layanan Grab. Sebaliknya jika kualitas pelayanan yang diberikan Grab kurang baik dan tidak sesuai harapan, sehingga mereka merasa dibohongi dan cenderung enggan untuk kembali melakukan *order* atau pemesanan, memberikan berita negatif mengenai layanan dan beralih kepada pesaing layanan yang sama. Jadi, setiap upaya peningkatan kualitas pelayanan yang dilakukan oleh Grab dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, berdasarkan uraian diatas penulis terdorong untuk melakukan penelitian dengan judul “**Persepsi Masyarakat Terhadap Penggunaan Transportasi *Online* Grab di Sumenep**”.

Tinjauan Pustaka

Pengertian Jasa

Kotler & Keller (2012:214) menurut mereka jasa merupakan setiap aktivitas manfaat atau *performance* yang ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain yang bersifat *intangible* dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun dimana dalam produksinya dapat terkait maupun tidak dengan produk fisik.

Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan agar mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan.

Tjiptono (2011:59) menyatakan bahwa kualitas pelayanan jasa adalah tingkat keunggulan yang di harapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Persepsi

Setiap orang mempunyai persepsi sendiri mengenai apa yang dipikirkan, dilihat, dan dirasakan. Hal tersebut sekaligus berarti bahwa persepsi menentukan apa yang akan diperbuat seseorang untuk memenuhi berbagai kepentingan baik untuk diri sendiri, keluarga, maupun lingkungan masyarakat tempat berinteraksi. Persepsi inilah yang membedakan seseorang dengan yang lain.

Pengertian Persepsi

Menurut Kotler dan Keller (2016:228), persepsi tidak hanya bergantung pada rangsangan fisik tapi juga rangsangan yang berhubungan dengan lingkungan sekitar dan keadaan individu yang bersangkutan.

Aspek-aspek Persepsi

Lestari dan Fadila (2013:48) mengungkapkan bahwa persepsi terdiri dari berbagai aspek adalah:

- 1) Seleksi

Seleksi adalah proses dimana konsumen memilih stimulus yang akan diterima oleh panca inderanya berdasarkan kebutuhan yang dipengaruhi oleh masa lalu dan kebutuhan yang menjadi motivasinya.

- 2) Organisasi

Organisasi merupakan proses dimana konsumen mengumpulkan atau mengkategorikan kelompok-kelompok stimulus yang ada menjadi satu kesatuan yang utuh secara menyeluruh. Stimulus yang ada dikelompokkan oleh konsumen ke dalam pola yang bermakna bagi konsumen.

3) Interpretasi

Interpretasi merupakan keadaan yang terjadi ketika seseorang memberikan makna terhadap masukan informasi yang dipengaruhi oleh faktor karakteristik individu, stimulus, situasional dan bagaimana informasi tersebut ditampilkan. Kedekatan interpretasi seseorang atau konsumen dengan realitas dipengaruhi oleh harapan dan motif dari konsumen tersebut.

Masyarakat

Menurut Parsons (2011: 264) mendefinisikan “masyarakat sebagai suatu jenis sistem sosial yang dicirikan oleh tingkat kecukupan diri yang relatif bagi lingkungannya, termasuk sistem sosial yang lain”.

Persepsi Masyarakat

Menurut Slameto (2010:102) adalah proses yang menyangkut masuknya pesan informasi kedalam otak manusia melalui persepsi manusia terus menerus mengadakan hubungan dengan lingkungannya. Hubungan ini dilakukan lewat inderanya, yaitu indera penglihat, pendengar, peraba, perasa dan pencium.

Transportasi

Menurut Miro (2012) secara umum dapat diartikan sebagai usaha pemindahan atau pergerakan orang atau barang dari suatu lokasi yang disebut lokasi asal, ke lokasi lain yang bias disebut lokasi tujuan, untuk keperluan tertentu dengan menggunakan alat tertentu pula.

Sedangkan Transportasi *online* menurut peneliti adalah transportasi yang dilengkapi dengan aplikasi *online* dalam pemesanannya, sistem pembayaran yang transparan yang telah tersedia dalam aplikasi, layanan *use my location* yang didukung dalam sistem internet yang memudahkan pengendara mencari lokasi

pemesan. Pelanggan tidak perlu sibuk untuk mencari transportasi, hanya membuka aplikasi pemesanan maka akan segera menemukan transportasi *online*.

Metode Penelitian

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah kualitatif karena dalam penelitian ini sasaran atau objek penelitian dibatasi agar data-data yang diambil dapat digali sebanyak mungkin serta agar dalam penelitian ini tidak dimungkinkan adanya pelebaran objek penelitian.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan pendekatan secara deskriptif kualitatif yang digunakan untuk memecahkan sekaligus menjawab permasalahan yang terjadi pada masa sekarang yang berkaitan dengan latar belakang dan kondisi objek, dalam penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui persepsi masyarakat Sumenep terhadap penggunaan transportasi *online* Grab.

Tempat dan Waktu Penelitian

Sebelum peneliti memaparkan metodologi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini, peneliti terlebih dahulu akan memaparkan lokasi penelitian yakni di Kota Sumenep yang merupakan sebuah kecamatan di Kabupaten Sumenep dan menjadi pusat pemerintahan Kabupaten Sumenep, Madura. Dimana Kota Sumenep merupakan salah satu kota yang masyarakatnya memiliki pemahaman cukup tinggi mengenai teknologi dan transportasi. Grab yang merupakan layanan transportasi *online* ini tentunya sangat familiar di Kota Sumenep. Waktu penelitian ini dilakukan pada bulan Maret sampai Mei 2019.

Jenis dan Sumber Data

Jenis Data

Data yang digunakan peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini adalah data subjek (*self-report* data) yaitu merupakan jenis data penelitian berupa opini, sikap, pengalaman, atau karakteristik seseorang atau sekelompok orang yang menjadi subjek penelitian (responden).

Sumber Data

Data Primer

Yaitu data yang didapat dari sumber informan pertama yaitu individu atau informan seperti hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti. Data ini akan diperoleh melalui wawancara dengan informan yang menjadi subjek dalam penelitian ini.

Data primer ini antara lain:

1. Catatan hasil wawancara terhadap informan mengenai objek penelitian diantaranya informasi gambaran umum Grab yang didapat dari hasil wawancara kepada admin Grab Sumenep, sistem kerja Grab yang didapat dari hasil wawancara kepada *driver* Grab Sumenep dan persepsi masyarakat Sumenep yang didapat dari hasil wawancara kepada konsumen atau pelanggan Grab Sumenep.
2. Hasil observasi ke lapangan secara langsung yaitu peneliti ikut serta atau terlibat dalam objek yang diteliti dengan cara peneliti juga ikut melakukan pemesanan terhadap transportasi *online* Grab di Sumenep.
3. Data-data informan yaitu data-data mengenai data diri *driver* Grab Sumenep serta data-data mengenai data diri konsumen atau pelanggan Grab Sumenep yang meliputi nama, usia, jenis kelamin, alamat dan latar pekerjaan.

Data Sekunder

Data ini digunakan untuk mendukung informasi yang diperoleh dari dokumen. Berkaitan dengan penelitian ini data sekunder menggunakan penelitian kepustakaan dengan melakukan atau mengakses situs resmi Grab Indonesia.

Informan

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu dilakukan dengan cara *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Teknik ini mencakup orang-orang yang di seleksi atas dasar kriteria tertentu. Berdasarkan tujuan penelitian, yakni masyarakat yang

menggunakan aplikasi layanan jasa transportasi *online* Grab dengan minimum penggunaan sebanyak dua kali. Dengan demikian peneliti akan melakukan wawancara kepada narasumber yang telah memenuhi kriteria tersebut.

Informan penelitian (sampel sumber data) merupakan orang yang dimanfaatkan dan memiliki pengetahuan yang cukup untuk memberikan informasi serta mampu menjelaskan keadaan sebenarnya tentang objek yang diteliti, oleh sebab itu untuk memperoleh informasi guna kepentingan peneliti, maka informan yang dimaksud sebagai berikut:

1. Informan kunci : Admin Grab Sumenep
2. Informan utama : *Driver* Grab Sumenep
3. Informan pendukung : Konsumen/pelanggan Grab Sumenep

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Observasi

Observasi disini untuk mengetahui secara jelas bagaimana penggunaan transportasi *online* Grab dengan terlibat langsung sebagai konsumen Grab dengan memesan beberapa layanan yang terdapat di aplikasi Grab tersebut.

2. Wawancara

Wawancara disini digunakan sebagai teknik pengumpulan data yang dibutuhkan oleh peneliti dengan melakukan tanya jawab secara lisan. Sebelum wawancara dilakukan penulis menyiapkan pertanyaan mengenai penelitian yang akan diteliti. Peneliti dalam penelitian ini menggunakan teknik wawancara terstruktur dan tidak terstruktur. Dalam wawancara terstruktur peneliti menyampaikan beberapa pertanyaan kepada informan yang sudah disiapkan sebelumnya. Sedangkan wawancara tidak terstruktur yaitu peneliti melakukan tanya jawab kepada informan tanpa menyiapkan pertanyaan sebelumnya.

3. Dokumentasi

Dokumentasi disini sebagai bahan tambahan untuk mengetahui informasi-informasi tentang penelitian ini dengan cara mempelajari bahan kepustakaan yang berupa situs resmi transportasi *online* Grab.

4. Kuisisioner

Kuisisioner disini adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan daftar pertanyaan kepada orang yang dijadikan responden untuk dijawabnya dengan cara menyebarkannya secara *online*.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

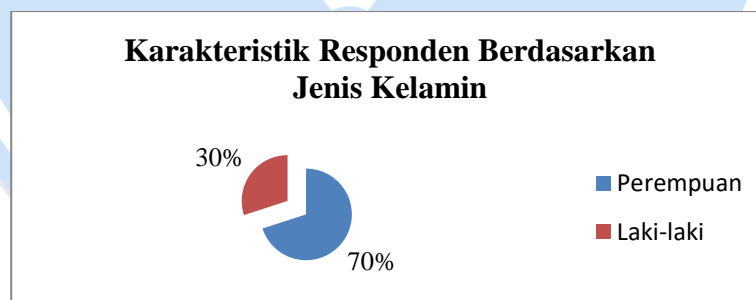
Hasil Penelitian

Dalam pembahasan ini, peneliti akan merujuk pada sistem penyajian atau data yang diperoleh dari jawaban responden, dimana metode pengumpulan data dengan melalui kuisisioner yang disebarakan kepada responden yang berjumlah 20 orang keseluruhan dan sebagian dari jumlah responden yang berjumlah 10 orang diminta untuk menguraikan tanggapan berkaitan dengan persepsi masyarakat terhadap transportasi *online* di Sumenep dengan melakukan wawancara secara mendalam.

Analisis Deskripsi Karakteristik Responden

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Gambar 1.

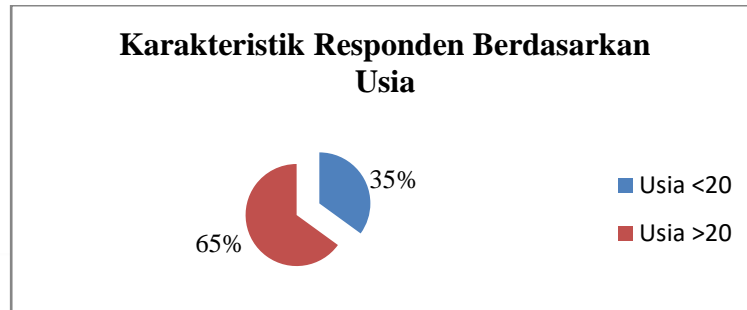


Sumber: Data primer diolah, 2019

Berdasarkan gambar 1 menunjukkan bahwa, responden pada penelitian lebih besar jumlah perempuan dibandingkan laki-laki. Hal ini terlihat dari persentase yang menunjukkan 14 responden dari 20 orang (70%) berjenis kelamin perempuan dan 6 responden dari 20 orang (30%) berjenis kelamin laki-laki.

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Gambar 2.



Sumber: Data primer diolah, 2019

Berdasarkan gambar 2 menunjukkan bahwa , responden pada penelitian ini, lebih banyak rentang pada umur diatas 20 tahun yaitu 13 dari 20 orang (65%). Sedangkan pada umur dibawah 20 tahun sebanyak 7 dari 20 orang (35%). Mayoritas dari responden mempunyai rasa ingin tahu yang tinggi terhadap Grab sehingga mereka mencari tahu dan menggunakan berbagai fitur layanan Grab.

Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Penggunaan Layanan Grab

Gambar 3.

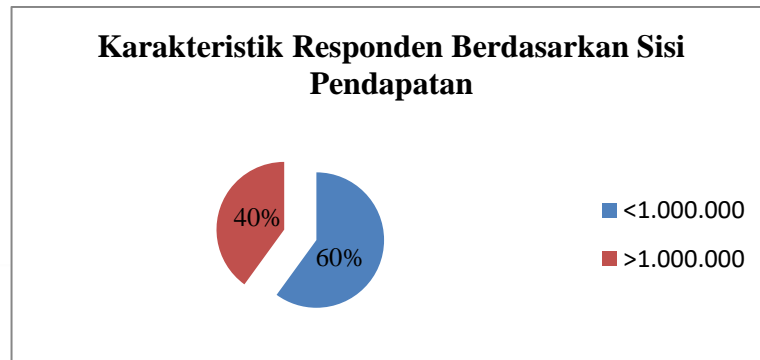


Sumber: Data primer diolah, 2019

Berdasarkan gambar 3 menunjukkan bahwa , 18 orang (90%) dari 20 orang telah menggunakan layanan transportasi *online* Grab lebih dari 2 kali. Sedangkan 2 orang (10%) dari 20 responden menggunakan layanan transportasi *online* Grab kurang dari 2 kali.

Karakteristik Responden Berdasarkan Sisi Pendapatan

Gambar 4.



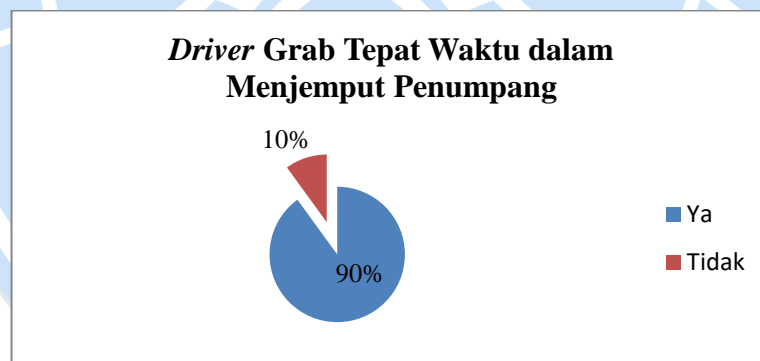
Sumber: Data primer diolah, 2019

Berdasarkan diagram diatas menunjukkan bahwa 12 orang (60%) dari 20 responden memiliki pendapatan kurang dari Rp. 1.000.000. Sedangkan 8 orang (40%) dari 20 responden memiliki pendapatan diatas Rp. 1.000.000. Hal ini karena responden kebanyakan adalah pelajar atau mahasiswa yang menggunakan layanan Grab.

Analisis Deskripsi Tanggapan Responden

Driver Grab Tepat Waktu dalam Menjemput Penumpang

Gambar 5.



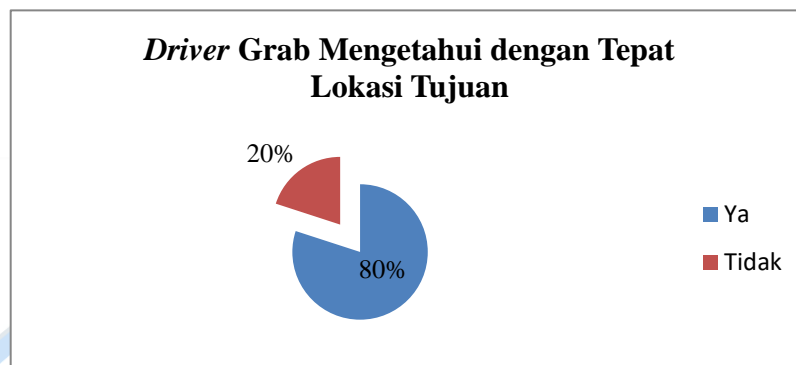
Sumber: Data primer diolah, 2019

Diagram diatas menampilkan data mengenai *Driver Grab* yang menjemput penumpang dengan tepat waktu. Pada diagram diatas sebanyak 18 dari 20 responden (90%) memilih Ya dan 2 dari 20 responden memilih Tidak dalam hal ini. Dari diagram diatas, responden yang memilih Ya menyatakan bahwa *driver* tepat waktu dalam hal penjemputan penumpang, selain *driver* yang mengetahui

posisi penumpang, adanya navigasi *map* yang juga memudahkan *driver* dalam menemukan posisi penumpang dengan tepat.

Driver Grab Mengetahui dengan Tepat Lokasi Tujuan

Gambar 6.

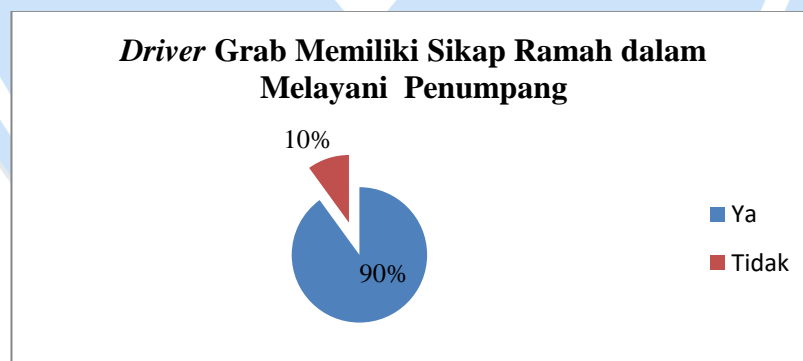


Sumber: Data primer diolah, 2019

Data yang ditampilkan pada diagram diatas merupakan data mengenai *driver* Grab yang mengetahui dengan tepat informasi jalanan menuju lokasi yang dituju. Sebesar 16 dari 20 responden (80%) menyatakan Ya karena sebagian besar dari *driver* memang mengetahui mengenai informasi jalanan lokasi tujuan, selain itu adanya navigasi *maps* juga membantu *driver* untuk mengetahui lokasi tujuan lebih detail.

Driver Grab memiliki Sikap Ramah dalam Melayani Penumpang

Gambar 7.



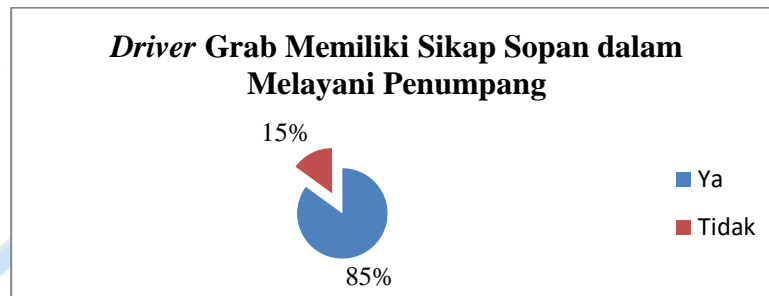
Sumber: Data primer diolah, 2019

Diagram diatas memuat data mengenai *driver* Grab yang memiliki sikap ramah dalam melayani penumpangnya. Sebanyak 18 dari 20 responden (90%) menjawab Ya dalam pertanyaan yang tertera di kuesioner. Responden menyatakan

bahwa memang benar sebagian besar dari *driver* sangat memiliki sikap ramah dan baik dalam berkomunikasi dengan penumpang. Hal ini tentu membuat sebagian penumpang merasa nyaman akan sikap dari *driver*.

Driver Grab Memiliki Sikap Sopan dalam Melayani Penumpang

Gambar 8.



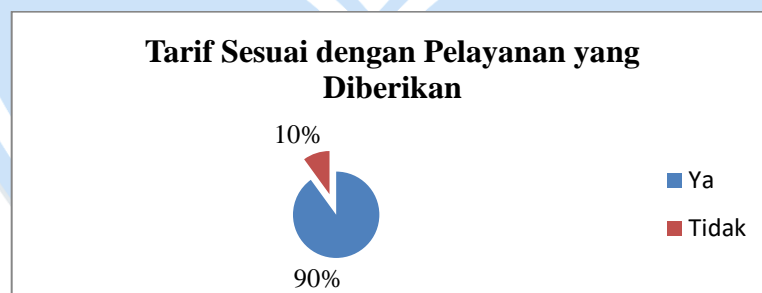
Sumber: Data primer diolah, 2019

Data yang ditampilkan pada diagram di atas merupakan data mengenai *driver* Grab memiliki sikap sopan dalam melayani penumpang. Hasil data menunjukkan bahwa sebesar 17 dari 20 responden (85%) menyatakan *driver* memiliki sikap sopan santun terhadap penumpangnya.

Deskripsi Faktor Tarif

Tarif Sesuai dengan Pelayanan yang Diberikan

Gambar 9.



Sumber: Data primer diolah, 2019

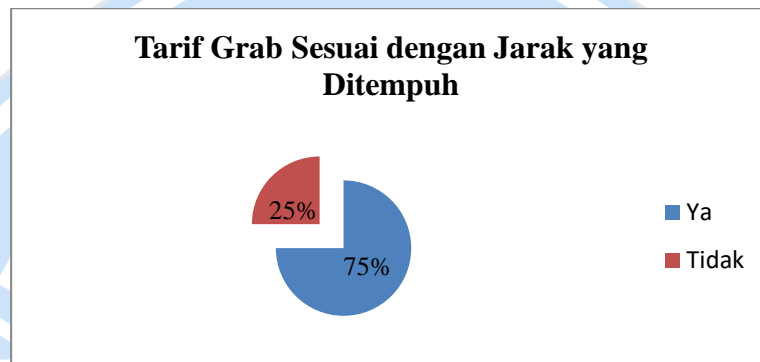
Tampilan diagram di atas memuat data mengenai tarif sesuai dengan pelayanan yang diberikan. Dari hasil diagram tersebut, sebesar 18 dari 20 responden (90%) menyatakan Ya mengenai biaya yang dikeluarkan sangat sesuai dengan pelayanan yang diberikan Grab. Bahkan dengan tarif yang jauh lebih

murah, penumpang bisa mendapatkan layanan yang aman dan nyaman dengan tarif yang terjangkau.

Tarif Grab Sesuai dengan Jarak yang Ditempuh

Ojek *online* di Indonesia mempunyai skema harga atau tarif yang berbeda-beda. Setiap tarif tentu ditetapkan oleh masing-masing *brand* transportasi *online*. Untuk tarif Grab memiliki tarif dengan hitungan per km jarak yang ditempuh. Setiap 1 kilometer ditetapkan tarif Rp. 1500.

Gambar 10.



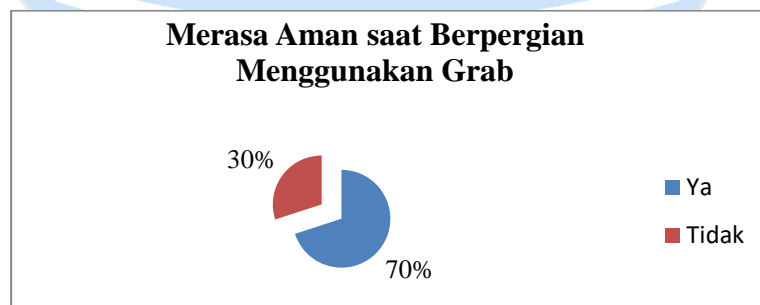
Sumber: Data primer diolah, 2019

Tampilan diagram diatas memuat data mengenai harga atau tarif yang dikeluarkan konsumen sesuai dengan jarak yang ditempuh. Dari hasil tabel tersebut, sebesar 15 dari 20 responden (75%) menyatakan Ya mengenai harga atau tarif yang sesuai dengan jarak yang ditempuh.

Deskripsi Faktor Keamanan

Merasa Aman saat Berpergian Menggunakan Grab

Gambar 11.

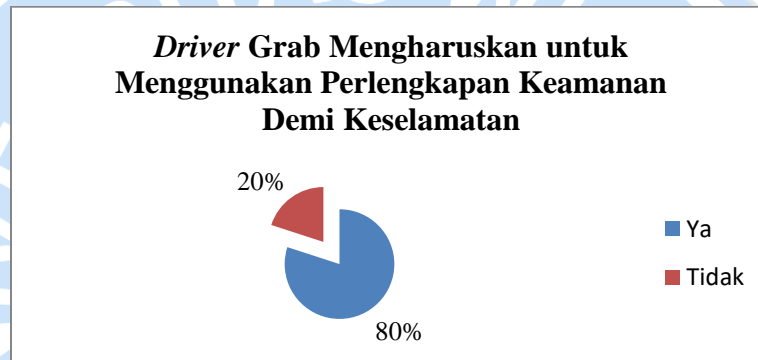


Sumber: Data primer diolah, 2019

Diagram diatas memuat data mengenai pengguna yang merasa aman saat berpergian menggunakan Grab karena berhati-hati dalam mengemudikan kendaraannya. Sebesar 14 dari 20 responden (70%) responden setuju bahwa sebagian besar dari *driver* Grab sangat berhati-hati dalam mengemudikan kendaraannya. Pengguna Grab setuju bahwa *driver* Grab sangat mematuhi peraturan lalulintas dan tidak melanggar apapun ketika berkendara untuk mengantarkan penumpang.

***Driver* Grab Mengharuskan untuk Menggunakan Perlengkapan Keamanan Demi Keselamatan.**

Gambar 11.



Sumber: Data primer diolah, 2019

Dari jumlah persentase pada diagram diatas menunjukkan bahwa sebesar 16 dari 20 responden (80%) menyatakan bahwa responden sangat setuju mengenai *driver* Grab yang mengharuskan penumpangnya untuk menggunakan perlengkapan keamanan demi keselamatan yaitu salah satunya dengan memberikan alat keselamatan berupa helm.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dari persepsi masyarakat Sumenep mengenai transportasi *online*, dari total responden sebanyak 20 orang yang diberikan pertanyaan, ditemukan hasil yang dapat disimpulkan bahwa persepsi masyarakat mengenai layanan transportasi *online* yaitu transportasi *online* Grab sangat berkompeten dalam melayani konsumennya, sehingga membuat konsumen lebih beralih menggunakan transportasi *online* Grab. Tarif yang dikeluarkan terjangkau sehingga banyak masyarakat yang menggunakan jasa ini. Aplikasi yang mudah di akses, sikap *driver* yang ramah dan sopan, jaminan asuransi keselamatan yang terjamin, kelengkapan peralatan keamanan yang disediakan, serta kompetensi kemampuan *driver* dalam melayani penumpang membuat responden lebih memilih untuk menggunakan layanan transportasi *online* Grab.

Saran

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan ilmu untuk melanjutkan penelitian sejenis dengan sudut pandang yang berbeda. Dengan adanya penelitian yang berbeda, maka akan semakin banyak pula referensi hasil penelitian yang dapat digunakan dan mendapat kesimpulan yang akan memperkaya ilmu penelitian mengenai persepsi masyarakat terhadap transportasi *online*.
2. Diharapkan pihak Grab mampu meningkatkan kualitas pelayanan jasa transportasi *online* dengan meningkatkan kehandalan *driver* dalam melayani konsumen secara cepat dan tepat waktu. Grab dapat melakukan *training* khusus untuk mengasah kehandalan para *drivernya* dalam melayani konsumen. Grab hendaknya selalu menjaga kepercayaan yang diberikan oleh pelanggannya. Oleh karena itu pihak Grab harus mampu meyakinkan, memberikan rasa aman pada pelanggan ketika menggunakan jasa layanan Grab.

Daftar Pustaka

- Basu Swastha. 2009. *Manajemen Penjualan*. Yogyakarta: BPFE.
- Daryanto. 2011. *Manajemen Pemasaran: Sari Kuliah*. Bandung: Satu Nusa.
- Fadila, Dewi & Ridho, Sari Lestari Zainal. 2013. *Perilaku Konsumen*. Palembang: Citrabooks Indonesia.
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12. Jakarta.
- Kotler, dan Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management*. 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Machfoedz, Mahmud. 2010. *Komunikasi Pemasaran Modern*. Cetakan pertama, Cakra Ilmu. Yogyakarta.
- Miro, Fidel. 2012. *Pengantar Sistem Transportasi*. Jakarta: Erlangga.
- Parson, Wayne. 2011. *Public Policy, Pengantar Teori dan Praktik Analisis Kebijakan*. Kencana Prenada Media Group. Jakarta
- Slameto. 2010. *Belajar dan faktor-faktor yang mempengaruhinya*. PT. Rineka Cipta. Jakarta
- Sugiono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sumarni, Murti dan John Soeprihanto. 2010. *Pengantar Bisnis (Dasar-dasar Ekonomi Perusahaan)*. Edisi ke 5. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi 2. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2012. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta : Andi