

BAB II

GAMBARAN UMUM GRAB DAN IDENTITAS RESPONDEN

2.1 Sejarah Grab

Layanan transportasi masa ini sudah banyak mengalami perkembangan. Kita melihat dari mulai masa lalu berbagai jenis kendaraan mengalami evolusi, dimulai kendaraan yang ditarik menggunakan hewan hingga saat ini berubah menjadi kendaraan digerakkan oleh mesin. Perkembangan pesat teknologi beriringan dengan berkembangnya teknologi informasi, mengakibatkan munculnya suatu teknologi yang bisa memberikan pelayanan transportasi secara *online*. Layanan ini dapat diakses dengan mudah hanya menggunakan internet dan *smartphone* yang kita punya, sehingga para konsumen hanya duduk manis dari tempat mereka berada tanpa perlu susah payah mencari atau datang ke tempat di mana transportasi itu ada. Layanan tersebut dikenal sebagai layanan transportasi *online*, yaitu layanan pemesanan transportasi yang terhubung ke dalam *smartphone* melalui aplikasi dan ketetapan posisi serta jarak langsung terhubung dengan teknologi *Google Maps* (kompas.com “Mengenal Siapa Pendiri Grab Dan Perkembangannya, n.d.”). Aplikasi yang memudahkan inilah menyebabkan banyak masyarakat Indonesia yang kemudian beralih dari layanan transportasi konvensional menuju transportasi *online*, salah satu aplikasi yang dikenal dan kerap kali dipakai oleh masyarakat Indonesia ialah aplikasi layanan Grab.

Grab ialah satu dari sekian aplikasi layanan transportasi *online* yang banyak dikenal dan menjadi salah satu yang terbesar berkat keberhasilannya ekspansi di sejumlah negara di Asia Tenggara. Grab menciptakan perusahaan yang asalnya dari

Malaysia tetapi berkantor pusat di negara Singapura, Grab menggunakan perkembangan teknologi untuk menyediakan jasa layanan aplikasi transportasi secara *online*. Sejarah kemunculan Grab sendiri berawal dari sang pendiri yaitu Anthony Tan mendengarkan keresahan temannya yang sulit unyuk mencari taksi yang di Malaysia, menyadari keresahan temannya itu Anthony Tan mempunyai ide untuk membuat layanan taksi yang dapat mudah dan cepat diakses. Awal mula nama yang dipilih oleh Anthony Tan adalah “Myteksi”, Myteksi ini dibuat berupa layanan yang memiliki dua sistem yaitu sistem aplikasi pemesanan dan pemetaan digital yang dibuat untuk memudahkan pelanggan untuk mencari taksi dengan mudah dan cepat. Selama proses pengembangannya dari 2012 aplikasi ini sering berganti-ganti nama, yang kemudian berakhir dengan pemilihan nama “Grab” dan menjadikannya pembangunan perusahaan itu secara lebih serius lagi. Nama Garb inilah yang kemudian menjadikan Grab dikenal oleh orang lebih banyak. Kesuksesannya dikenal orang banyak, terutama di negara Malaysia dan Singapura membuat Grab melakukan pendanaan ke luar negeri sampai pada akhirnya pada pertengahan tahun 2014 perusahaan Grab masuk ke pasar Indonesia menjadi PT Grab Indonesia (Grab ID, n.d.). Perusahaan Grab sendiri memiliki bentuk kerja sama berupa kemitraan dengan para drivernya, di mana Grab menjadi perusahaan yang memberikan layanan teknologi untuk menghubungkan para driver dengan pelanggannya.

2.2 Logo Grab

Grab sebagai perusahaan yang sudah hampir menjangkau seluruh Asia Tenggara, menjadikan Grab sangat mudah dikenali jika kita membicarakan mengenai layanan

aplikasi transportasi *online*, menjadi salah satu layanan yang terbesar. Membicarakan sebuah perusahaan tidak terlepas dari bagaimana perusahaan tersebut dapat dikenali dari jauh adalah menggunakan logo perusahaan, Grab memiliki sebuah logo yang bertuliskan Grab dengan warna hijau sebagai



Gambar 2. 1 Logo Grab

identitasnya. Berikut adalah contoh dari logo aplikasi Grab :

Sumber : (*Press Library*, n.d.)

2.3. Visi dan Misi Perusahaan Grab

Perusahaan dalam menjalankan bisnisnya mempunyai tujuan untuk terus eksis dan berkelanjutan dalam mengelola bisnisnya, maka dari itu diperlukan adanya sebuah visi dan misi bagi perusahaan. Menurut (AE Ariyanti, 2021) visi dan misi dari perusahaan Grab adalah sebagai berikut:

2.3.1 Visi Perusahaan Grab

Visi dari perusahaan Grab adalah sebagai berikut :

Menjadi yang terdepan Asia Tenggara dengan cara menciptakan solusi bagi masalah pengangkutan barang dan jasa yang ada dan mempersembahkan kemudahan mobilitas bagi 620 juta masyarakat di Asia Tenggara kapan saja.

2.3.2 Misi Perusahaan Grab

Misi bagi perusahaan Grab adalah :

1. Menjadikan layanan Grab sebuah layanan terdepan dan layanan yang aman digunakan di Asia Tenggara
2. Menciptakan sebuah jasa antar yang dapat mudah digunakan bagi banyak orang
3. Menaikkan kualitas hidup para mitra yang telah bekerja sama dengan Grab

2.4. Fitur Layanan Grab

Grab sebagai sebuah perusahaan penyedia layanan transportasi secara *online* lewat aplikasi memiliki berbagai macam fitur atau layanan yang bisa diakses lewat aplikasinya di *smartphone* (grab.com/id/). Fitur-fitur tersebut salah satunya adalah layanan GrabBike yang hadir memberikan sebuah layanan yang bisa digunakan masyarakat untuk kemudahan dan kecepatan dalam melakukan aktivitas mobilisasi.

2.4.1. Fitur Pengantaran

karakteristik ini ialah sebuah layanan pada aplikasi Grab digunakan bagi mobilisasi yang berupa barang. Fitur ini menyediakan berbagai jenis pengantaran barang yang bisa dipilih oleh pengguna, antara lain fitur ini memberikan jasa pengantaran seperti :

1. Makanan, fitur ini kita kenali sebagai Grab Food berupa fitur untuk memesan makanan dari mana saja yang dapat diantarkan langsung ke depan Anda.

2. Mart, atau dikenal sebagai Grab Mart merupakan fitur yang bisa digunakan untuk membeli kebutuhan pokok secara langsung dan dapat dikirimkan langsung ke depan Anda.
3. Pengiriman, dikenal sebagai fitur Grab Express adalah fitur untuk mengantarkan barang bisa berupa paket, dokumen atau lain-lainnya.
4. Jastip, atau Grab Jastip merupakan fitur gabungan antara Grab Food dan Grab Mart yang bisa digunakan untuk membeli barang yang khusus dan tidak terdapat di layanan fitur-fitur di atas.

2.4.2. Fitur Mobilitas

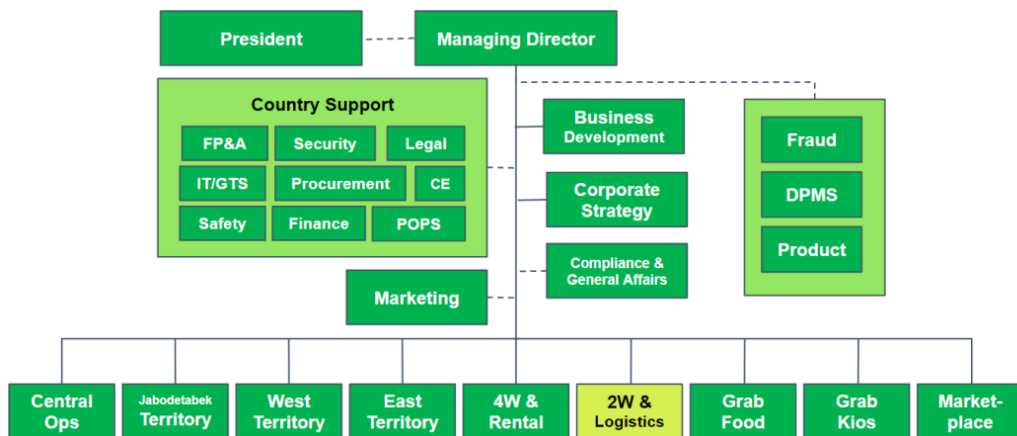
Fitur ini merupakan fitur yang biasa digunakan untuk memesan transportasi secara *online* hingga langsung ke depan Anda tanpa kita perlu untuk mencarinya atau mendatangnya (grab.com/id/). Fitur itu menghadirkan berbagai layanan yang bisa di pesan sesuai dengan kebutuhan aktivitas mobilitas Anda, layanan-layanan itu adalah sebagai berikut :

1. GrabCar, merupakan layanan tumpangan berupa mobil yang memiliki kapasitas maksimal untuk 4 orang saja yang dapat dipesan dari mana saja dengan tarif terjangkau.
2. GrabCar XL, memiliki layanan seperti Grab Car biasanya, namun kapasitas maksimal yang bisa dimuat bisa hingga 6 orang dengan mobil yang lebih luas dan tarif terjangkau.
3. GrabCar Protect, layanan ini muncul akibat adanya pandemi Covid kemarin, dengan menghadirkan layanan khusus berupa keamanan dan kenyamanan ekstra dari pengemudi yang sudah divaksin.

4. GrabBike, layanan ini merupakan layanan transportasi untuk moda transportasi roda dua yang dihadirkan untuk melewati perjalanan yang padat.
5. GrabBike Protect, merupakan layanan yang hadir di masa pandemi Covid dengan menghadirkan layanan para *driver* yang sudah divaksinasi sehingga perjalanan dapat aman dan nyaman.
6. GrabRent, merupakan sebuah layanan yang digunakan untuk menyewa mobil dengan waktu yang sudah ditentukan dan dikemudikan oleh mitra pengemudi untuk mobilitas yang fleksibel.
7. GrabElektric, merupakan sebuah layanan baru untuk pilihan mode berkendara yang ramah lingkungan, di mana pelanggan bisa membantu mengurangi pencemaran lingkungan dengan pilihan mode transportasi yang lebih ramah lingkungan.
8. GrabGerak, merupakan solusi layanan transportasi untuk yang memiliki kebutuhan khusus.

2.5 Struktur Organisasi Grab

Struktur organisasi pada suatu organisasi digunakan untuk memberikan pembagian tugas berdasarkan tingkatan-tingkatan dan peran individu dalam jabatannya di perusahaan. Adapun struktur organisasi pada Grab yaitu dari PT Grab Teknologi Indonesia yang dapat dilihat dari gambar struktur organisasi di bawah ini :



Gambar 2. 2 Struktur Organisasi Grab Indonesia

Sumber : (Muhammad, 2023)

2.6 Karakteristik Responden

Karakteristik dari responden pada sebuah kajian digunakan sebagai sebuah informasi untuk mengetahui bagaimana karakter responden yang diambil untuk dijadikan sampel. Penelitian ini mengambil responden memakai teknik *non probability sampling* lewat pendekatan *puposive sampling*. Responden yang diambil untuk kajian ini ialah warga Kota Jakarta Barat yang sudah pernah memakai aplikasi layanan GrabBike minimal 3 kali dalam tiga bulan kebelakang. Kajian ini mengambil sejumlah 100 responden yang bersedia mengisi angket atau kuesioner dengan memberikan jawaban pada pernyataan yang termuat pada angket atau kuesioner. Karakteristik responden penelitian ini kemudian dikelompokkan dengan karakteristik jenis kelamin, umur, mata pencaharian, pendidikan, jumlah penghasilan per bulan, serta berapa kali frekuensi memakai layanan GrabBike dalam tiga bulan terakhir.

2.6.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Pengkategorian karakter responden ini guna menjelaskan jumlah responden dan bagaimana perilaku dari pengguna layanan GrabBike menurut jenis kelamin. Tabel berikut menampilkan berdasarkan total responden untuk kategori jenis kelamin yakni per 100 responden, 23% responden dengan jenis kelamin laki-laki dan sisanya yaitu 77% responden dengan jenis kelamin perempuan.

Tabel 2. 1 Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1	Laki-laki	23	23%
2	Perempuan	77	77%
Total		100	100%

Sumber : Hasil data primer yang diolah (2024)

2.6.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Karakteristik responden berikut berisikan berlandaskan kelompok umur yang dibagi menjadi kategori kelompok usia responden berdasarkan hasil perhitungan kelas interval yang dibagi menjadi 8 kategori kelompok usia yang menunjukkan dari 100 responden, berdasarkan kelompok usia 18 – 22 tahun ada sebanyak 20 responden (20%), kelompok usia >22 – 27 tahun ada sebanyak 13 responden (13%), kelompok usia >27 – 32 tahun ada sebanyak 19 responden (19%), kelompok usia >32 – 37 tahun dan kelompok usia >37 – 42 tahun sama-sama mendapatkan sebanyak 14 responden (14%), kelompok usia >42 – 47 tahun mendapatkan 6 responden (6%), kelompok usia >47 – 52 tahun mendapatkan 9 responden (9%), dan kelompok usia >52 -58 tahun mendapatkan 5 responden (5%).

Tabel 2. 2 Usia Responden

No	Usia	Frekuensi	Persentase
1	18 – 22 tahun	20	20%
2	>22 – 27 tahun	13	13%
3	>27 – 32 tahun	19	19%
4	>32 – 37 tahun	14	14%
5	>37 – 42 tahun	14	14%
6	>42 – 47 tahun	6	6%
7	>47 -52	9	9%
8	>52 - 58	5	5%
Total		100	100%

Sumber : Hasil data primer yang diolah (2024)

2.6.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Kategori selanjutnya mengelompokkan responden ke dalam kelompok pekerjaan responden. Terdapat 5 kategori pekerjaan yaitu pelajar/mahasiswa, karyawan swasta atau negeri, wirausaha, ibu rumah tangga, dan selainnya. Tabel 2.2 menampilkan hasil dari 100 responden pelajar atau mahasiswa mendapat hasil 14 responden (14%), kemudian pekerjaan karyawan (swasta/negeri) mendapat hasil 35 responden (35%), wirausaha mendapat hasil 5 responden (5%), Ibu Rumah Tangga mendapatkan 37 responden (37%), dan pekerjaan lainnya yaitu PJLP (Pekerja penyedia jasa lainnya perorangan) dan *Intern* mendapat 9 responden (9%).

Tabel 2. 3 Pekerjaan Responden

No	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
1	Pelajar atau Mahasiswa	14	14%
2	Karyawan (swasta/Negeri)	35	35%
3	Wirausaha	5	5%
4	Ibu Rumah Tangga	37	37%
5	Lainnya	9	9%
Total		100	100%

Sumber : Hasil data primer yang diolah (2024)

2.6.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Kategori karakter responden ini mengelompokkan responden berdasarkan pendidikan terakhir yang mereka ambil, yang kemudian dibagi ke dalam 5 kategori tingkatan yaitu jenjang Sekolah dasar, jenjang Sekolah Menengah Pertama, jenjang Sekolah Menengah Atas/Sekolah Menengah Kejuruan, jenjang Sarjana, dan jenjang Diploma. Hasil jawaban responden pada tabel menampilkan yakni responden dengan pendidikan terakhir di tingkatan Sekolah Dasar terdapat 1 responden (1%), tingkat pendidikan Sekolah Menengah Pertama terdapat 3 responden (3%) tingkat pendidikan terakhir Sekolah Menengah Atas ataupun pendidikan SMK mendapat jawaban tertinggi dengan 69 jawaban responden (69%), tingkat pendidikan Sarjana 19 responden (19%), dan 8 responden (8%) di tingkat pendidikan Diploma

Tabel 2. 4 Pendidikan Terakhir Responden

No	Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase
1	SD	1	1%
2	SMP	3	3%
3	SMA/SMK	69	69%
4	Sarjana	19	19%
5	Diploma	8	8%
Total		100	100%

Sumber : Hasil data primer yang diolah (2024)

2.6.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan

Kategori selanjutnya berdasar pada berapa responden mendapatkan pendapatan dalam sebulan. Kategori ini disusun berdasarkan rata-rata pendapatan UMR kota Jakarta pada tahun 2023, kategori terdiri atas pendapatan <Rp4.900.000; pendapatan \geq Rp 4.900.001 – Rp5.900.000; pendapatan \geq Rp5.900.001 – Rp6.900.000; pendapatan \geq Rp 6.900.001 – Rp6.900.000; dan pendapatan \geq Rp6.900.001. Tabel memperlihatkan bahwa dari 100 orang responden yang menjawab kuesioner, jawaban dengan pendapatan < Rp4.900.000 terdapat 79 responden (79%); pendapatan \geq Rp4.900.001 – Rp5.900.000 mendapatkan jawaban dari 16 responden (16%); untuk pendapatan \geq Rp5.900.001 – Rp6.900.000 terdapat 0 responden (0%); pendapatan \geq Rp6.900.001 – Rp6.900.000 mendapat hasil 5 responden (5%); dan untuk jawaban dengan pendapatan \geq Rp6.900.001 mendapatkan 0 responden (0%).

Tabel 2. 5 Pendapatan per Bulan Responden

No	Pendapatan per Bulan	Frekuensi	Persentase
1	< Rp 4.900.000	79	79%
2	≥ Rp 4.900.001 – Rp 5.900.000	16	16%
3	≥ Rp 5.900.001 – Rp 6.900.000	0	0%
4	≥ Rp 6.900.001 – Rp 6.900.000	5	5%
5	≥ Rp 6.900.001	0	0%
Total		100	100%

Sumber : Hasil data primer yang diolah (2024)

2.6.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi menggunakan GrabBike

Kategori karakteristik responden berikut adalah karakteristik berdasarkan berapa frekuensi responden menggunakan GrabBike dalam 3 bulan terakhir, yang kemudian dikategorikan 4 kategori yaitu frekuensi 3 kali, frekuensi 4 – 5 kali, frekuensi 6 – 7 kali, dan frekuensi > 7 kali. Hasil pengumpulan terlihat pada tabel 2.6 yang menampilkan yakni dari 100 responden, frekuensi menggunakan jasa layanan GrabBike sebanyak 3 kali mendapatkan hasil 66 responden (66%), frekuensi responden yang menggunakan GrabBike sebanyak 4 – 5 kali mendapat 24 responden (24%), frekuensi responden yang menggunakan GrabBike sebanyak 6 – 7 kali mendapatkan 3 responden, dan frekuensi responden yang menggunakan GrabBike sebanyak > 7 kali mendapat 7 responden (7%).

Tabel 2. 6 Frekuensi menggunakan GrabBike Responden

No	Frekuensi Menggunakan Grab	Frekuensi	Persentase
1	3 kali	66	66%
2	4 - 5 kali	24	24%
3	6 – 7 kali	3	3%
4	>7 kali	7	7%
Total		100	100%

Sumber : Hasil data primer yang diolah (2024)

2.6.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili

Kategori karakteristik responden berikutnya berdasarkan domisili responden, di mana penelitian ini mengambil tempat penelitian di Kota Jakarta Barat yang memiliki delapan kecamatan, yaitu Kecamatan Cengkareng, Kecamatan Grogol Petamburan, Kecamatan Taman Sari, Kecamatan Kebon Jeruk, Kecamatan Kalideres, Kecamatan Palmerah, Kecamatan Tambora, Kecamatan Kembangan. Tabel menjelaskan yakni dari 100 responden yang diambil responden yang berkedudukan di Kecamatan Cengkareng sebanyak 20 responden (20%), pada domisili Kecamatan Grogol Petamburan 2 responden (2%), pada domisili Kecamatan Taman Sari sebanyak 2 responden (2%), pada domisili kecamatan Kebon Jeruk sebanyak 11 responden (11%), pada domisili Kecamatan Kalideres sebanyak 5 responden (5%), pada domisili Palmerah sebanyak 3 responden (3%), pada domisili kecamatan Tambora sebanyak 24 responden (24%), dan terakhir pada kecamatan Kembangan sebanyak 33 responden (33%).

Tabel 2. 7 Domisili Responden

No	Domisili	Frekuensi	Persentase
1	Kecamatan Cengkareng	20	20%
2	Kecamatan Grogol Petamburan	2	2%
3	Kecamatan Taman Sari	2	2%
4	Kecamatan Kebon Jeruk	11	11%
5	Kecamatan Kalideres	5	5%
6	Kecamatan Palmerah	3	3%
7	Kecamatan Kembangan	33	33%
8	Kecamatan Tambora	24	24%
Total		100	100%

Sumber : Hasil data primer yang diolah (2024)

2.6.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Memilih Aplikasi Lain Sejenis Yang Menyediakan Layanan Transportasi *Online*

Kategori karakteristik ini berdasarkan pilihan yang diambil oleh responden mengenai adakah aplikasi lain sejenis yang digunakan oleh responden untuk layanan transportasi *online*. Hal ini ditanyakan guna mendapatkan jawaban apakah pesaing yang sejenis menjadi pilihan lain bagi responden untuk menggunakan layanan transportasi *online*-nya. Tabel berikut menjelaskan bahwa dari 100 responden terdapat 62 responden (62%) menjawab Ya, dan 38 responden (38%) menjawab Tidak.

Tabel 2. 8 Menggunakan Aplikasi Lain Sejenis Untuk Layanan Transportasi *Online* Oleh Responden

No	Aplikasi Sejenis lainnya	Frekuensi (orang)	Persentase
1	Ya	62	62%
2	Tidak	38	38%

Sumber : Hasil data primer yang diolah (2024)