

BAB II

DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

Objek Penelitian

A. PT GRAB Indonesia

1. Sejarah Grab Indonesia

Grab berdiri pada tahun 2012 yang berawal sebuah pertanyaan yang kemudian oleh sekelompok kecil yaitu Anthony Tan bersama rekannya Tan Hooi yang membentuk sebuah perusahaan kecil dengan menyewa gudang kecil. Transformasi perusahaan kecil tersebut berubah menjadi Grab yaitu perusahaan teknologi yang menggunakan aplikasi layanan pada smartphone di Asia Tenggara yang bekerjasama dengan para mitra di setiap negara yang sudah terjangkau (<https://www.grab.com/id/brand-story/>). Bagi para mitra yang ingin bergabung dengan Grab, pihak perusahaan hanya menyediakan aplikasi untuk mendukung pengoperasian dan mitra Grab harus memiliki kendaraan sendiri.

Grab (yang sebelumnya bernama GrabTaxi) merupakan sebuah perusahaan asal singapura yang memfasilitasi penggunanya sebuah aplikasi untuk memesan transportasi. Grab sendiri saat ini sudah terdapat di enam negara di Asia Tenggara (<https://www.elppas.com/>)

Grab dari tahun 2011 sampai tahun 2021 mempunyai perkembangan yang sangat pesat dengan layanan seperti pelayanan

angkutan penumpang (Grab Car dan Grab Bike), pelayanan pengantaran barang (Grab Express), pelayanan pembelian dan pengantaran makanan (Grab Food) (<https://www.grab.com/id/driver/drive/>). Grab demi menjaga eksistensinya melakukan perubahan logo dan *rebranding* dengan merubah nama yang awalnya bernama Grabtaxi menjadi Grab dengan alasan supaya dapat mewakili semua menu/fitur pelayanan.

2. Visi dan Misi PT Grab Indonesia

Gambar 2.1
Logo Grab Indonesia



Sumber : [grab.com](https://www.grab.com)

Gambar di atas adalah logo PT Grab Indonesia. PT Grab Indonesia memiliki visi yaitu memberikan solusi masalah transportasi bagi masyarakat yang memiliki masalah transportasi sehingga memudahkan masyarakat dalam menjalankan mobilitas sehari – hari (<https://www.grab.com/id/>).

Misi PT Grab Indonesia ada tiga, yaitu :

- a. Sebagai layanan terdepan dan aman di Asia Tenggara (<https://www.grab.com/id/press/social-impact-safety/platform-digital-bangun-infrastruktur-transportasi-di-timur-indonesia-kisah-jayapura/>).

- b. Memberikan layanan yang mudah diakses oleh banyak orang
(<https://www.grab.com/id/press/others/one-championship-dan-grab-rayakan-semangat-everyday-champions/>).
- c. Meningkatkan kualitas hidup para mitra yang bekerjasama dengan Grab mulai dari mitra rumah makan dan sampai *driver* dan juga penumpang. (<https://www.grab.com/id/press/consumers-drivers/grab-memperkenalkan-berbagai-inisiatif-baru-untuk-meningkatkan-kehidupan-para-mitra-pengemudi-grabcar-di-bogor/>).

3. Manfaat yang diberikan PT.Grab Indonesia

Berdasarkan pengamatan, manfaat yang diberikan oleh Grab adalah :

- a. Mudah

Manfaat dari Grab yang paling memiliki pengaruh terhadap kehidupan masyarakat yaitu mempermudah kegiatan masyarakat pada saat beraktivitas mulai dari transportasi, pesan makan, antar barang dan sebagainya.

- b. Nyaman

Kenyamanan merupakan salah satu yang harus dalam melakukan usaha pelayanan secara *online* seperti Grab. Karena apabila pelanggan merasa nyaman, pelanggan akan setia dan akan menggunakan layanan tersebut secara berulang-ulang.

- c. Sopan

Sopan merupakan salah satu yang harus ada pada perusahaan layanan *online* seperti Grab. Kesopanan dapat ditampilkan melalui cara berpakaian, dengan cara menyapa para konsumen dengan ramah dan menyenangkan.

d. Cepat

Grab akan mengantarkan anda ke lokasi yang anda tuju dengan cepat dan aman. Apabila kita juga harus mengantarkan barang, tetapi diwaktu yang bersamaan kita ada kegiatan lain, kita juga bisa mengirim barang kepada penerima dengan menggunakan jasa Grab.

e. Efisien

Ketika anda berada diposisi yang harus mengerjakan dua aktivitas sekaligus, anda juga bisa memanfaatkan jasa dari Grab. Karena anda bisa mengerjakan pekerjaan kalian sembari menunggu Grab membantu kalian mengerjakan hal lain, seperti mengirim barang, membeli makanan dan sebagainya.

f. Praktis

Grab juga salah satu solusi praktis bagi anda yang ingin mengirim barang kepada rekan anda atau untuk menjemput dan mengantarkan anda ke lokasi tujuan.

g. Aman

Grab memiliki standar tertentu untuk menjaga keamanan konsumen mereka. Saat anda menggunakan jasa Grab untuk

mengantarkan anda ke lokasi tujuan, anda akan diberikan helm untuk melindungi kepala, dan untuk saat pandemic seperti ini, *driver* Grab juga menjalankan protokol kesehatan yang dianjurkan oleh pemerintah, seperti menggunakan masker dan melakukan swab sebelum bekerja.

4. Fitur Aplikasi Grab

Grab memiliki fitur layanan, diantaranya :

a. GrabTaxi

Grab Taxi adalah pelayanan akses yang diberikan kepada pelanggan untuk menggunakan transportasi mobil. Pada layanan ini kapasitas orang hanya kendaraan sampai dengan 6 orang penumpang (<https://www.grab.com/id/driver/drive/>).

b. GrabRent

GrabRent adalah pelayanan akses yang diberikan kepada pelanggan untuk melakukan penyewaan transportasi mobil. Sesuai dengan keperluan yang diinginkan pengguna dalam kurun waktu tertentu (<https://www.grab.com/id/driver/drive/>).

c. GrabBike

Grab Bike adalah pelayanan akses yang diberikan kepada pelanggan untuk menggunakan transportasi sepeda motor yang dapat melakukan pengantaran di mana tempat yang diinginkan oleh pengguna (<https://www.grab.com/id/driver/drive/>)

d. GrabExpress

Grab Express adalah pelayanan akses yang diberikan kepada pelanggan yang membutuhkan pengiriman dokumen, pesanan dari toko online dan sebagainya (<https://www.grab.com/id/driver/drive/>)

e. *GrabFood*

Grab Food adalah pelayanan akses yang diberikan kepada pelanggan untuk layanan pesan antar makanan dari restoran favorit penggunaan yang terdapat pada aplikasi (<https://www.grab.com/id/driver/drive/>)

f. *GrabHitch*

GrabHitch adalah pelayanan akses yang diberikan kepada pelanggan yang membutuhkan tebengan dengan separuh harga (<https://grab.com>).

B. Grab Food

Grab Food adalah pelayanan akses yang diberikan kepada pelanggan untuk layanan pesan antar makanan dari restoran favorit penggunaan yang terdapat pada aplikasi (<https://www.grab.com/id/driver/drive/>). Grab Food juga memiliki beberapa kelebihan, yaitu restoran yang terdaftar di Grab Food merupakan restoran pilihan, sehingga aman untuk konsumen, pengantaran makanan juga cepat, dan konsumen tidak perlu menunggu lama makanan yang dipesan, serta didukung oleh adanya tas thermal yang menjaga makanan tetap dalam kondisi baik (<https://www.grab.com/id/food/>).

Saat ini Grab Food sudah dapat dijangkau di beberapa kota besar. Grab Food sudah beroperasi di beberapa kota besar di Indonesia, begitu banyak masyarakat yang sudah dapat menikmati salah satu layanan favorit dari Grab ini (<https://www.grab.com/id/food/>).

Berikut adalah beberapa langkah yang harus dilakukan konsumen ketika menggunakan layanan Grab Food :

- Memilih restoran

Pilihan restoran disusun berdasarkan lokasi terdekat untuk memungkinkan pengantaran makanan akan lebih cepat.

- Memilih menu

Konsumen dapat memilih terlebih dahulu makanan apa yang diinginkan.

- Dapatkan pengemudi terdekat

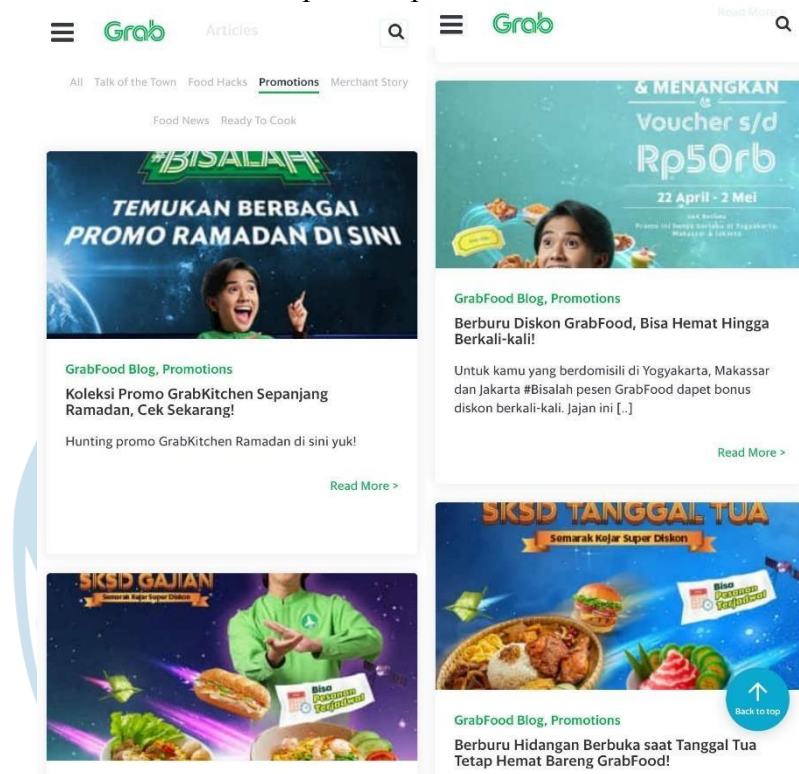
Setelah memesan menu yang diinginkan, Grab akan mencari *driver* yang pada saat itu berada didekat lokasi restoran yang anda pesan, dan segera mengantarkan makanan yang anda pesan ke lokasi yang sudah anda cantumkan di lokasi aplikasi Grab.

- Lacak makanan

Setelah mendapatkan pengemudi, konsumen dapat melacak keberadaan pengemudi dan mendapatkan estimasi waktu kedatangan pesanan konsumen (<https://www.grab.com/id/food/>).

Grab juga menyediakan promosi berbentuk kode yang dapat memberikan potongan harga atau diskon untuk konsumennya.

Gambar 2.2
Beberapa kode promo *GrabFood*



(Sumber : <https://www.grab.com/id/food-blog/promotions/>)

Dengan berbagai macam promosi yang diberikan oleh Grab dapat menjadi keuntungan bagi konsumen yang akan menggunakan layanan Grab Food, karena dengan menggunakan kode promo yang diberikan Grab, konsumen akan mendapatkan potongan harga sesuai dengan promosi yang sedang berjalan.

C. Sejarah FISIP UAJY

Pada bulan Juli Tahun 1991 di Universitas Atma Jaya Yogyakarta berdiri Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) UAJY. Jurusan

pertama yang berdiri FISIP UAJY adalah Jurusan Ilmu Komunikasi dengan status terdaftar sesuai dengan surat Keputusan Mendikbud Republik Indonesia Nomor 082/0/1992. Jurusan kedua yang berdiri Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) UAJY adalah jurusan Sosiologi dengan status terdaftar sesuai dengan surat dari Keputusan Dirjen Dikti Depdikbud nomor 266/DIKTI/Kep/1994. Sampai saat ini kedua jurusan tersebut berkembang sangat pesat sampai saat ini.

Seiring dengan berkembangnya dan berubahnya bidang ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin maju, FISIP UAJY ini pun berkembang dengan memperhatikan betul dari sumber daya manusia, kurikulum, tujuan Pendidikan, dan fasilitas untuk menunjang/mendukung kegiatan operasional dalam melakukan kegiatan kependidikan (fisip.uajy.ac.id/profil/sejarah-fakultas/ diakses pada tanggal 20 Maret 2021).

1. Visi dan Misi FISIP UAJY

a. Visi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik mempunyai visi yaitu unggul dalam mengembangkan ilmu sosial dengan mengedepankan interdisipliner yang terdapat pada tri dharma Universitas Atmajaya Yogyakarta dan harus dapat mewujudkan masyarakat adil, mempunyai kreatifitas dengan menjunjung tinggi aspek humanis,

mempunyai kreatifitas dan berkelanjutan, serta Pada tahun 2027 diakui di tingkat ASEAN.

b. Misi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) mempunyai misi pada tahun 2017/2018-2026/2027, yaitu dapat mengimplementasikan tri dharma Universitas Atmajaya Yogyakarta dengan berbagai macam pengembangan kajian dan praksis interdisipliner antara teknologi, sosiobudaya dan ilmu sosial. Selain itu juga dapat bersatu padu dengan Universitas Atmajaya Yogyakarta, sumber daya manusia yang ada dan segala fasilitas pendukung untuk meningkatkan aktivitas dalam keilmiahan yang ditinjau dari aspek inovatif, interdisipliner, dan inklusif. (fisip.uajy.ac.id/profil/visi-misi-dan-tujuan/ diakses pada tanggal 20 Maret 2021).

2. Tujuan Pendidikan

FISIP UAJY mempunyai misi tujuan Pendidikan sebagai berikut yaitu : 1) dapat mewujudkannya pengelolaan fakultas secara transparan, akuntabel, bersikap adil, dan mendukung penggunaan teknologi informasi yang berbasis sistem informasi partisipatif berbasis sistem informasi, 2) melakukan penguatan jaringan yang berkolaborasi dengan *stake holder*/pemangku kepentingan pada tingkat nasional dan internasional, 3) melakukan penguatan kualitas tridharma yang

mempunyai standar nasional maupun dengan perspektif interdisipliner, 4) membentuk lulusan agar yang mempunyai karakter daya kerja dan juang yang tinggi, menjaga kode etik, bersifat kritis dan kreatif, 5) dapat mewujudkannya sebagai fakultas yang menjadi titik *center* dalam transformasi sosial dengan pemerintah secara personal, masyarakat dan media, serta dapat mewujudkan masyarakat yang berdaya dan mempunyai keunggulan.

FISIP UAJY mpada saat ini mempunyai mahasiswa yang masih aktif yaitu sebanyak 1.743 mahasiswa, yaitu dengan perincian pada jurusan Ilmu Komunikasi sebanyak 1.375 mahasiswa dan Jurusan prodi Sosiologi sebanyak 368 mahasiswa. Jumlah mahasiswa FISIP UAJY dapat digambarkan pada tabel dibawah ini :

Tabel 2.1 Jumlah Mahasiswa FISIP UAJY

Angkatan	Sosiologi	Komunikasi
2014	9	102
2015	41	129
2016	58	202
2017	52	217
2018	64	214
2019	81	230
2020	63	281

Sumber : Call Centre FISIP UAJY via WhatsApp

Subjek Penelitian

Mahasiswa FISIP UAJY

Menurut KBBI mahasiswa adalah orang yang belajar di perguruan tinggi (<https://kbbi.web.id/mahasiswa>). Menurut Sarwono (1978), mahasiswa merupakan orang yang secara resmi telah terdaftar untuk

mengikuti pelajaran di perguruan tinggi dengan batas usia 18 – 30 tahun (www.masukuniversitas.com). Berdasarkan penjelasan di atas dapat didefinisikan mahasiswa FISIP UAJY adalah orang yang sudah terdaftar dan sedang menempuh pendidikan di FISIP UAJY.

Mahasiswa juga memiliki beberapa peran penting dalam masyarakat, antara lain (dikutip dari <https://www.lp3i.ac.id/5-peran-mahasiswa-dalam-masyarakat-calon-maba-harus-tahu/> :

1. Agen perubahan.
2. Penjaga nilai.
3. Penerus bangsa.
4. Kekuatan moral.
5. Pengontrol sosial.

Peneliti menjadikan mahasiswa FISIP UAJY sebagai subjek penelitian dikarenakan di usia remaja memiliki jiwa konsumtif yang lebih tinggi (Paramita, 2010). Menurut Santrock (2012), dalam Anggraini. R. & Santhoso. F. (2017), pada saat berusia remaja, seorang individu sangat suka mencoba berbagai macam hal baru, hal tersebut mereka lakukan dikarenakan adanya upaya untuk memperbaiki diri mereka yang diharapkan akan menjadi lebih mandiri dan juga berusaha mencari dan menemukan jati diri mereka.

Dalam penelitian ini akan mencari tahu apakah daya tarik dari kode promo dapat menumbuhkan rasa minat untuk membeli di aplikasi Grab

terutama *GrabFood*. Dan yang menjadi subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa FISIP UAJY.

