

POLA KOMUNIKASI PEMASARAN JASA TRANSPORTASI ONLINE (STUDI PADA GRAB DI KOTA BENGKULU)

Redho Kurniawan, Sri Dwi Fajarini

Program Studi Ilmu Komunikasi

Universitas Muhammadiyah Bengkulu

Email : Redhokurniawan96@gmail.com

ABSTRAK

Transportasi online adalah salah satu cara agar bisa memudahkan masyarakat, termasuk dalam layanan pesan antar makanan atau barang ke tempat tujuan. Ditengah maraknya transportasi berbasis online ada salah satu pengusaha yang memanfaatkan kesempatan tersebut dengan menyediakan transportasi online seperti Grab Bengkulu yang sudah menyebar luas di Bengkulu. Namun disamping itu adanya masalah yang peneliti temui pada saat survei lapangan yaitu diantaranya, belum adanya izin operasi dan adanya bentrok dengan supir angkot dengan pihak grab. Sehingga dalam hal ini peneliti ingin meneliti lebih jauh tentang strategi komunikasi pemasaran Grab Bengkulu dalam memasarkan jasa transportasi online di Bengkulu.

Penelitian menggunakan pendekatan deskripsi metode kualitatif. Dalam penelitian ini hasil diperoleh melewati teknik wawancara mendalam, observasi lapangan, dan dokumentasi foto. Adapun teknis menganalisis hasil yang menggunakan tahap mengumpulkan data awal, tahap memilah hasil penelitian, menyajikan hasil penelitian, memvalidasi hasil keabsahan data dengan teknik pengujian data menggunakan triangulasi melalui pemaparan dari narasumber.

Dari kesimpulan penelitian menjelaskan bahwasanya strategi komunikasi yang dilakukan oleh Grab Bengkulu untuk menarik peminat pelanggan di kota Bengkulu yaitu dengan tetap memperkuat jaringan efektivitas pemasaran secara online dengan menggunakan media sosial dan memanfaatkan sebaik-baiknya. Adapun jenis media sosial yang digunakan adalah seperti Facebook dan Instagram yang berfungsi mempromosikan jasa transportasi online ini. Adapun tujuan dalam atribut grab adalah dengan menarik peminat pelanggan supaya lebih mengenal aplikasi Grab, adapun cara lain yang digunakan ialah sosialisasi langsung kepada masyarakat terhadap pengenalan aplikasi Grab di Kota Bengkulu. Keuntungan dalam menggunakan aplikasi grab ini juga dilengkapi security dan tracking dimana berfungsi melindungi pelanggan apabila mengalami kehilangan.

Kata Kunci : *Strategi, Pemasaran, Grab*

PENDAHULUAN

Dalam dunia teknologi, semakin bertambah suatu zaman maka akan semakin canggih teknologi yang digunakan, apalagi dengan kecepatan teknologi internet sangat cepat memberikan informasi kepada masyarakat banyak. Namun disamping itu teknologi internet juga memiliki dampak positif dan negatif bagi kehidupan masyarakat. Salah satu dampak positifnya yaitu masyarakat memiliki keuntungan dengan tidak perlu repot untuk mencari informasi di media cetak seperti koran, tabloid dan majalah. Teknologi internet telah menyediakan berbagai jutaan informasi dunia yang di update setiap harinya. Disamping dampak positif yang ditimbulkan teknologi internet juga memiliki dampak negatif bagi masyarakat yang menggunakannya. Teknologi internet yang semakin canggih dan cepat setiap harinya, membuat manusia mudah terlena oleh kenikmatan dan kemudahan yang disediakan oleh internet. Akibatnya hanya sebagian manusia yang bisa menggunakan internet dengan baik, dan sebagian tidak karena mereka menggunakan hal yang negatif, seperti mengakses situs pornografi dan mengancam pemikiran manusia ataupun bagi anak-anak di bawah umur.

Dalam hal ini masalah yang di timbulkan yaitu menggunakan internet yang bermasalah ini disebut dengan internet *addiction*, yang memicu dampak buruk yang membuat manusia terlena dan kecanduan dalam penggunaan internet. Manusia akan sangat susah melepaskan diri dari teknologi internet. Manusia akan banyak menghabiskan banyak waktu hanya untuk bermain dengan internet yang bermasalah ini. Bukan hanya itu internet yang bermasalah ini dapat mengganggu aktivitas kehidupan manusia.

Perkembangan yang sangat berkembang dalam dunia teknologi adalah teknologi informasi dan komunikasi, kemajuan teknologi akan berjalan sesuai

dengan kemajuan ilmu pengetahuan. Kemajuan teknologi telah merubah pola masyarakat menjadi masyarakat digital yang kehidupannya di kelilingi oleh perangkat keras teknologi dan komunikasi dalam berbagai kegiatannya. Perkembangan teknologi beberapa tahun terakhir yang begitu cepat membuat berbagai peluang bisnis melalui teknologi semakin menjanjikan. Manusia menciptakan teknologi untuk mendorong atau mendukung kegiatan yang dilakukan oleh individu maupun perusahaan sehingga lebih efektif dan efisien (Ahmad,2015).

Teknologi informasi bertujuan mengimbangi kebutuhan masyarakat yang semakin hari semakin banyak, halnya seperti dahulu orang mengirim surat untuk saling memberi kabar, namun sekarang dengan adanya internet orang-orang bisa bertukar kabar melalui email, telepon, pesan SMS, dan Whatsapps. Seiring dengan itu adanya teknologi terbaru yang sangat membantu masyarakat ialah adanya layanan transportasi online, sehingga masyarakat tidak perlu lagi untuk menunggu di halte ataupun menunggu ojek jika mau bepergian. Adanya transportasi online di Kota Bengkulu sangat disambut baik oleh masyarakat banyak karena masyarakat menganggap itu adalah inovasi terbaru yang sangat memudahkan masyarakat dalam bepergian. Sehingga ditengah maraknya transportasi online ada salah satu yang sangat peneliti perhatikan yaitu Grab karena aplikasi ini sangat dikenal masyarakat banyak dibandingkan dengan aplikasi transportasi online lain. Dalam layanannya beberapa layanan grab diantaranya yaitu Grab Taxi, Grab Car, Grab Bike, Grab Express.

Pada tahun 2017, Grab mulai masuk ke Kota Bengkulu dan peneliti menemukan masalah pada aktivitasnya yaitu dikutip dari Kontan.co.id pada tanggal 14 Agustus 2018 yaitu ;

“Berdasarkan surat yang dikeluarkan Dinas Komunikai, Informatika dan Statistik

Pemerintah Provinsi Bengkulu, Instansi tersebut meminta Grab untuk menonaktifkan kegiatan operasionalnya berkaitan dengan belum adanya izin beroperasi.”

Selain kutipan diatas, masih ada kutipan lain tentang mendamaikan Grab dan Transportasi Rakyat yang dikutip dari Pedoman Bengkulu pada 16 Agustus 2018 :

“Adanya bentrok antara sopir angkot dan Grab patut disesalkan. Sesama anak bangsa harus rusuh karena pemerintah gagal memberikan perlindungan kepada rakyatnya yang semakin hari kian tergecet dalam minimnya lapangan kerja dan dieksploitasi oleh persaingan bisnis pemilik modal.”

Ada pula upaya dari Grab Indonesia dalam memberikan pelatihan soal pemasaran digital yang dikutip dari RRI.co.id pada tanggal 28 November 2019 yaitu :

“Untuk membantu meningkatkan kemampuan marketing pelaku UMKM di Kota Bengkulu, Grab Indonesia membekali pelatihan promosi lewat penjualan online yang dilaksanakan di Kota Bengkulu.”

Berdasarkan pemaparan yang ada diatas, terdapat topik yang sangat menarik dan akhirnya peneliti mengambil tema penelitian dengan tema “Pola Komunikasi Pemasaran Jasa Transportasi Online (Studi Pada Grab Di Kota Bengkulu)”

METODE

Metode penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan deskripsi yang memfokuskan adanya masalah yang ada pada penelitian yang dilakukan sekarang atau masalah bersifat faktual dan nyata serta memperlihatkan kejadian terkait masalah masalah yang diteliti sekarang. Dalam hal ini sangat memudahkan penulis

agar mendapatkan jenis data yang objektif dan terinci sehingga bisa memperdalam dan memahami sejauh strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh transportasi online Grab di Kota Bengkulu.

Penelitian menggunakan pendekatan deskripsi. Dalam penelitian ini hasil diperoleh melewati teknik wawancara mendalam, observasi lapangan, dan dokumentasi foto. Adapun teknis menganalisis hasil yang menggunakan tahap mengumpulkan data awal, tahap memilah hasil penelitian, menyajikan hasil penelitian, memvalidasi hasil keabsahan data dengan teknik pengujian data menggunakan triangulasi melalui pemaparan dari narasumber.

PEMBAHASAN

Strategi Komunikasi Pemasaran Grab

Grab adalah salah satu alternatif transportasi online yang ada di Kota Bengkulu. Dalam pemasarannya di Kota Bengkulu Grab menghadapi persaingan dengan transportasi online lainnya. Untuk itulah sangat di perlukan adanya strategi pemasaran yang tepat agar bisa melawan ketatnya persaingan dengan transportasi online lain. Untuk meningkatkan stabilitas usaha maka di perlukan beberapa strategi yang di susun agar usaha tidak berjalan secara monoton. Adapun aplikasi yang ditawarkan oleh grab yaitu diantaranya layanan Grab Taxi, Grab Car, Grab Bike, Grab Express, tiket nonton, pesan hotel, bayar tagihan, pulsa atau token. Sehingga dapat mempermudah masyarakat Bengkulu dalam memilih jasa layanan transportasi yang tersedia dalam aplikasi Grab.

Dari hasil penelitian yang dilakukan peneliti mengenai strategi pemasaran grab dalam memasarkan jasa transportasi online di Bengkulu dengan menggunakan strategi marketing mix. Dimana Menurut Amstrong dan Kotler, marketing mix adalah sekumpulan variabel-variabel marketing

yang digunakan oleh perusahaan untuk mengejar target penjualan yang diinginkan. Strategi marketing mix dapat menjadi teknik penjualan yang luar biasa dan dapat dijadikan sebagai suatu pokok pertimbangan penting bagi konsumen ketika ingin memutuskan membeli atau menolak sesuatu yang ditawarkan. Teknik marketing sangat mempengaruhi keberhasilan perusahaan dalam memasarkan sebuah produk atau jasa.

Aplikasi Grab ialah suatu layanan antar jemput pelanggan dari satu tempat ketempat lain, selain layanan antar jemput masyarakat juga bisa menggunakan lainnya yaitu pembayaran token. Dalam dunia usaha akan pasti menghadapi suatu masalah dalam kegiatannya terkait persaingan antar usaha yang lain. Untuk itu para pelaku usaha sangat dituntut agar lebih mengedepankan strategi pemasarannya untuk lebih meningkatkan minat masyarakat. Dalam dunia pemasaran, harus lebih baik dari perusahaan lain karena mengingat ketatnya dunia usaha. Beberapa strategi pemasaran yang dilakukan Aplikasi Grab ialah :

Sosial Media

Untuk lebih meningkatkan kualitas dan menarik peminat masyarakat ialah dengan menggunakan media sosial. Media sosial sekarang ini tidak bisa luput dari masyarakat dimana setiap hari banak pengguna menggunakan media sosial sesuai kebutuhan masing-masing. Dengan adanya media sosial Aplikasi Grab sangat memanfaatkan situasi ini dengan memasarkan iklan atau membagikan tautan di media sosial seperti halnya Instagram, Facebook dan lewat Whatsapps.

Atribut Grab Bengkulu

Atribut sangat berpengaruh dalam strategi pemasaran karena memudahkan masyarakat untuk mengenal produk yang sedang digunakan. Dengan adanya atribut

akan lebih memperkenalkan Grab kepada khalayak ramai. Dalam hal ini Grab mewajibkan para driver untuk memakai atribut Grab seperti jaket dan helm.

Sebar Browser, Spanduk, Dan Mempromosikan Melalui Iklan

Dalam hal strategi marketing menyebarkan iklan atau informasi kepada masyarakat sangat membantu Grab mengenalkan produk kepada masyarakat. Karena menurut mereka menyebarkan informasi lewat browser sangat masih sangat mudah, apalagi menyebarkan lewat spanduk ydan meletakkan di sekitar tempat keramaian yang bisa dilihat oleh masyarakat. Pengguna media sosial pun akan mudah memahami isi iklan dan tautan tersebut karena ini cara yang efektif dalam membuat iklan.

Pengembangan Aplikasi

Adapun yang menjadi kendala ketidaknyamanan pelanggan yaitu masalah security nya. Dan dalam hal ini Grab senantiasa selalu meningkatkan kenyamanan pelanggan dengan selalu merespon setiap kendala yang dihadapi serta terus berupaya dalam menindaklanjuti masalah tersebut. Menurut Bapak Sanif selaku karyawan di kantor Grab Bengkulu, mengemukakan :

“Dalam aplikasi Grab, transportasi online ini lebih aman di bandingkan dengan transportasi lainnya. Dalam aplikasi Grab ini ada yang namanya sistem security yang mana dalam sistem ini riwayat perjalanan konsumen bisa kita lihat keberadaan konsumen itu jadi bisa di bagikan kepada keluarganya. Misalnya ada kehilangan jadi itu bisa di tracking kita bisa telpon ke pusat ataupun ke kantor dan bisa di bantu oleh securitynya untuk memanggil driver yang digunakan.”

Berdasarkan dari hasil wawancara dengan informan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa transportasi grab ini sangat berbeda dengan transportasi online lainnya. Transportasi Grab ini dilengkapi dengan Security yang difungsikan untuk melacak lokasi pelanggan untuk setiap perjalanan. Hal ini bisa dibagikan oleh keluarga pelanggan, dan apabila pelanggan mengalami kehilangan keluarga pelanggan akan tau dan bisa melaporkan kepada perusahaan Grab dan akan ditindak lanjuti lebih dalam.

Melakukan Sosialisasi

Dalam strategi pemasarannya, Grab telah melakukan strategi pemasaran dengan memberikan sosialisasi terhadap jasa yang ditawarkan dengan tujuan untuk menarik perhatian masyarakat. Dengan melakukan sosialisasi akan memudahkan masyarakat untuk mengenal Grab Bengkulu dan mempermudah kebutuhan dalam bertransportasi. Dalam teori marketing Mix adanya beberapa alat pemasaran yang digunakan Grab dalam menarik perhatian masyarakat dengan membantu kebutuhan masyarakat, seperti produk, harga, tempat, promosi dan proses, serta bukti fisik. Sehingga dapat dikemukakan hal sebagai berikut :

1. Aspek Produk

Produk merupakan suatu yang dapat dijual dalam bisnis, bisa meliputi barang atau jasa yang memiliki nilai guna yang di butuhkan oleh konsumen. Adapun beberapa produk atau jasa yang digunakan oleh grab yaitu Grab Car yang mana fitur ini adalah layanan utama yang ditawarkan sejak start up ini diluncurkan pertama kali. Calon pengguna bisa merasakan kenyamanan untuk berpindah dari satu tempat ke tempat lain secara mudah menggunakan mobil, Grab Bike adalah salah satu fitur layanan grab yang menggunakan motor yang mana pengguna juga akan diberi

kemudahan karena mereka tidak perlu membawa helm dan menunggu waktu lama. Menariknya lagi, pengguna akan diberikan tarif yang sudah ditentukan dan tidak ada tarif baru yang harus dibayarkan, Grab Food yaitu salah satu layanan dalam fitur grab yang memberikan kemudahan kepada pengguna dengan memberikan layanan antar makanan dan Grab Express yaitu layanan yang memberikan kemudahan kepada masyarakat untuk mengirimkan barang secara cepat dan tepat dengan fitur layanan grab express.

Bapak Sanif selaku salah satu karyawan di PT. Grab Kota Bengkulu

“Nah disini jasa yang ditawarkan oleh grab itu bisa kalian lihat langsung saja di aplikasi grab itu, disini jasa yang ditawarkan oleh grab itu ada grab makanan, jasa pengantaran, grab motor, grab mobil pokoknya masih banyak lagi. Lihat aja langsung di aplikasi grab” (Hasil wawancara dengan Sanif selaku karyawan kantor Grab, 14 Januari 2020)

Adapun yang di jelaskan dengan aspek produk yaitu hal yang ditawarkan atau yang dijual dalam suatu usaha bisa meliputi barang atau jasa yang memiliki nilai guna sesuai kebutuhan masyarakat banyak. Fungsi utama produk adalah sesuatu yang sangat dibutuhkan dan sangat berguna bagi pelanggan. Adapun disamping itu haruslah mempunyai suatu kelebihan dibandingkan dengan produk lainnya agar lebih memudahkan diterima oleh masyarakat. Berdasarkan hasil dari penelitian yang dilakukan terhadap Grab, banyak jasa-jasa yang ditawarkan dalam aplikasi grab ini, selain produk yang ditawarkan juga sangat membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Adapun jasa-jasa yang ditawarkan oleh grab, yaitu diantaranya Grab Motor,

Tiket Nonton, Grab Mobil, Pesan Hotel, Grab Food, Bayar Tagihan, Pengantaran, Pulsa/Token, adapun layanan yang diberikan antara lain sebagai berikut:

1. Grab Taxi: Layanan taksi premium dengan jaringan terluas di Asia Tenggara.
2. Grab Car atau Grab Mobil: Layanan transportasi untuk mereka yang memilih kenyamanan berkendara layaknya menggunakan mobil pribadi.
3. Grab Bike atau Grab Motor: Sebuah alternatif layanan transportasi untuk mereka yang ingin lebih cepat dan aman sampai ke tujuan.
4. Grab Express atau Pengantaran: Layanan pengiriman paket yang cepat, aman dan terpercaya.

2. Aspek Harga

Aspek harga merupakan uang yang harus diberikan konsumen untuk mendapatkan barang atau jasa yang dijual. Penetapan harga adalah salah satu hal yang penting karena perusahaan akan melakukan hal ini dengan penuh pertimbangan karena dengan adanya penetapan harga maka akan dapat mempengaruhi pendapatan total dan biaya.

Suatu harga adalah nilai utama dalam suatu usaha, sehingga melalui harga pelanggan bisa mendapatkan barang dan jasa yang ditawarkan pelaku usaha. Dalam aspek harga masyarakat selalu menjadikan suatu poin utama dalam hal mempertimbangkan sebelum mereka membeli suatu produk. Sehingga dalam hal ini suatu harga yang dinilai dengan uang benar-benar harus diperhatikan demi jalannya usaha, pelaku usaha harusnya lebih memperhatikan dinamika pasar agar tidak terjadi masalah. Pelaku usaha

harus dituntut agar lebih sigap dalam menetapkan harga pada level yang tepat. Dimana harga tetap bisa diterima masyarakat namun juga tetap menghasilkan keuntungan.

Berdasarkan hasil dari wawancara yang dilakukan peneliti, bahwasanya tarif untuk biaya Grab adalah sebesar 1.850-2.300 rupiah /km baik untuk jasa grab motor, jasa grab mobil dan jasa pengantaran.

Bapak Sanif selaku salah satu karyawan di PT.Grab Kota Bengkulu

“Disinikan sudah jelas, bisa kita lihat di aplikasi grab juga berapa tarif yang ditentukan grab itu /km. Kalau saya tidak salah itu tarifnya 1.850-2.300 rupiah /km.” (Hasil wawancara dengan sanif selaku karyawan di kantor Grab, 14 Januari 2020)

3. Aspek Tempat

Suatu tempat usaha adalah dimana lokasi yang harus benar-benar diperhatikan oleh pelaku usaha apakah sudah strategis atau belum sehingga memudahkan masyarakat dalam menjangkanya. Namun seiring dengan makin bertambahnya bisnis modern seperti bisnis online, kini persepsi tentang aspek lokasi sudah banyak disesuaikan dengan media-media yang digunakan masyarakat.

Dari hasil wawancara yang dilakukan oleh informan, bahwasanya transaksi grab dapat dilakukan dimana saja sesuai kebutuhan masyarakat. Seperti contoh apabila pelanggan memesan makanan, maka driver Grab akan sigap mengantarkan pesanan tersebut ke lokasi pelanggan dan transaksi akan dilakukan ditempat pelanggan, termasuk dengan jasa Grab Bike dan Grab car yang mana driver akan mengantarkan konsumen ke

tempat tujuannya dan melakukan transaksi di sana.

Konsep ini berfokus pada tempat atau lokasi dimana transaksi atau proses jual beli terjadi. Tempat usaha merupakan lokasi dimana konsumen dan penjual melakukan proses jual beli. Semakin strategis tempat bisnis maka semakin besar keuntungan yang didapatkan.

Tempat adalah lokasi di mana kita akan melakukan proses jual beli. Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak sanif, tentang aspek tempat beliau mengatakan :

“Pengguna grab dapat langsung memesan grab melalui aplikasi, nanti drivernya langsung menuju ketempat konsumennya. Jadi transaksinya itu nanti waktu drivernya sudah mengantarkan konsumennya ke tempat yang ditujuh.” (Hasil wawancara dengan Sanif, 14 Januari 2020)

4. Aspek Promosi

Dalam kegiatan bisnis memiliki sebuah tujuan agar produk yang ditawarkan akan harus banyak dikenal oleh masyarakat banyak. Sehingga dalam hal ini aspek promosi harus memuat alur persepsi yang baik terhadap produk yang ditawarkan dengan menyinggung suatu kebutuhan masyarakat sehingga masyarakat akan banyak tertarik dengan produk atau jasa yang ditawarkan. Promosi bisa dilakukan secara langsung seperti bertemu secara langsung kepada masyarakat, mengadakan iklan atau spanduk yang unik, serta menyebarkannya lewat sosial media. Berdasarkan hasil penelitian ini yang dilihat dari aspek promosi Grab telah diwujudkan dengan sosialisasi kepada masyarakat, membuat iklan dan tautan di browser internet, membuat

spanduk di sepanjang jalan khalayak ramai dan terus berupaya agar Grab bisa terus memuaskan pelanggan Kota Bengkulu.

Promosi adalah suatu kegiatan bisnis yang mempunyai tujuan agar konsumen bisa lebih mengenal dan tertarik dengan produk bisnis. Promosi merupakan salah sat strategi dari marketing mix yang memiliki tujuan, antara lain sebagai berikut :

1. Mengidentifikasi dan menarik konsumen baru.
2. Mengomunikasikan produk baru.
3. Meningkatkan jumlah konsumen untuk produk yang telah dikenal secara luas.
4. Menginformasikan kepada konsumen tentang peningkatan kualitas produk.
5. Mengajak konsumen untuk mendatangi tempat penjualan produk.
6. Memotivasi konsumen agar memilih atau membeli suatu produk.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Sanif tentang aspek promosi yaitu :

“Disini Promosi yang kami lakukan agar minat masyarakat itu tertuju kepada Grab kami melakukan berbagai bentuk promosi. Kami melakukan promosi di kota Bengkulu ini dengan cara menyebarkan spanduk tentang Grab menyewa Papan iklan,promosi di media sosial dan kami juga sering melakukan sosialisasi tentang Grab agar masyarakat itu tertarik dengan produk yang kami tawarkan.” (Hasil wawancara dengan Sanif, 14 Januari 2020)

Selanjutnya mengenai promosi atau penawaran yang dilakukan oleh pihak grab yaitu dengan cara melakukan sosialisasi kepada masyarakat mengenai grab dan menyebarkan spanduk, browser serta

melakukan promosi melalui berbagai iklan.

5. Aspek Proses

Dalam dunia usaha, suatu proses dapat diartikan sebagai langkah-langkah yang dilakukan agar bisa menarik antara penjual dan konsumen. Adapun memuat pelayanan serta proses transaksi. Memberikan pelayanan yang baik meningkatkan kualitas kepuasan masyarakat. Hasil penelitian menunjukkan, bahwasanya peneliti dapat menyimpulkan adapun proses atau langkah-langkah yang di lakukan oleh Grab Bengkulu dengan konsumen yaitu berawal dari konsumen yang memesan lewat aplikasi Grab, seperti contoh apabila pelanggan ingin memesan Grab, maka pelanggan bisa memsasn lewat handphone yang sudah enginstal aplikasi grab dari play store atau apps store setelah itu pelanggan memasukkan alamat konsumen dan alamat tujuan. Setelah itu driver Grab akan menjemput dan mengantar konsumen ke alamat yang di tujuh dan sekaligus melakukan transaksi pembayaran secara langsung ditempat kejadian berusaha.

Proses adalah langkah-langkah yang dilakukan antara penjual dan konsumen yang di dalamnya meliputi pelayanan serta proses transaksi. Aspek proses disini meliputi bagaimana cara driver Grab melayani permintaan tiap konsumennya. Mulai dari konsumen memesan sampai akhirnya konsumen mendapatkan apa yang mereka inginkan.

Dari hasil wawancara dengan Bapak Sanif selaku karyawan di kantor Grab, mengemukakan:

“Begini, kalau proses dalam melakukan pelayanan di dalam Grab ini konsumen hanya perlu memesan jasa yang diperlukan entah itu Grab

motor, Grab mobil dan jasa pengantaran. Nah setelah itu maka driver akan menjemput dan mengantar sesuai dengan pelayanan jasa yang di pesan oleh konsumen dan trandsaksinya itu akan dilaksanakan setelah pelayanan tersebut selesai.”
(Hasil wawancara dengan Sanif, 14 Januari 2020)

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti dapat menyimpulkan bahwa proses atau langkah-langkah yang di lakukan oleh driver Grab dan konsumen yaitu berawal dari konsumen yang memesan lewat aplikasi Grab, misalnya konsumen ingin memesan jasa Grab bike. Maka konsumen tersebut akan memesan jasa di aplikasi Grab melalui Handphonenya setelah itu konsumen memasukkan alamat konsumen dan alamat tujuan. Setelah itu driver Grab akan menjemput dan mengantar konsumen ke alamat yang di tujuh dan sekaligus melakukan transaksi pembayaran.

6. Aspek Orang

Orang dalam hal ini bukan hanya memuat pelanggan atau masyarakat melainkan semua pihak yang terkait dalam suatu usaha. Dalam hal ini pelaku usaha harus lebih memperhatikan kecenderungan stiap orang dalam suatu usaha. Hal yang paling utama dalam aspek orang adalah dengan memperhatikan apa yang masyarakat butuhkan. Sehingga pelaku usaha akan dapat memantau apa yang selanjutnya akan dilakukan untuk meningkatkan kualitas usaha tersebut. Hasil wawancara menunjukkan bahwasanya dapat dijelaskan suatu pengaruh dalam usaha ini sangat penting karena hadirnya Grab adalah salah satu bentuk perhatian kepada masyarakat yang sangat membantu kebutuhan

masyarakat dalam dunia transportasi online. Disamping itu Grab juga menyediakan layanan yang lain seperti jasa pengantaran, jasa antar jemput, jasa pembelian token listrik dan masih banyak lagi yang memudahkan pelanggan. Suatu pengaruh pelanggan dalam aplikasi grab ini sangatlah dibutuhkan dan diperhatikan dengan baik karna antara konsumen dan pihak itu saling menguntungkan apabila tidak ada konsumen maka bisnis grab ini tidak akan berjalan dengan baik.

Aspek merupakan aset utama dalam industri jasa, kebutuhan konsumen terhadap karyawan berkinerja tinggi akan menyebabkan konsumen puas dan loyal. Yang termasuk dalam aspek ini bukan hanya konsumen namun semua SDM yang terlibat termasuk pekerja atau tim bisnis. Dari hasil wawancara tentang pengaruh karyawan dalam usaha Grab yaitu :

“Kalau pengaruh karyawan dalam usaha Grab itu, kami disini hanya membantu agar bisnis grab ini bisa berjalan dengan baik. Selain itu paling kami hanya mengisi data data saja. Kalau yang lainnya itu bersifat intern. Karna termasuk dalam rahasia perusahaan.” (Hasil wawancara dengan Sanif selaku karyawan kantor Grab, 14 Januari 2020)

Dari hasil wawancara diatas, maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa pengaruh karyawan dalam perusahaan Grab ini sangatlah penting, dimana dengan adanya karyawan maka dapat membantu usaha yang dijalankan oleh perusahaan agar bisa berjalan dengan baik.

Selanjutnya hasil wawancara dengan Octa sebagai pengguna Grab, yang mengemukakan alasannya menggunakan aplikasi grab :

“Karnakan ini aplikasi online jadi kitakan di zaman sekarang menggunakan hp, yaitu era digital. Jadi kalau misalnya ada aplikasi yang mempermudah pekerjaan kita maka kita pakai yaitu aplikasi grab.” (Hasil wawancara dengan Octa selaku pengguna Grab, 16 Januari 2020)

7. Aspek Bukti Fisik

Hasil wawancara yang dilakukan peneliti kepada informan, bahwasanya peralatan yang digunakan di dalam usaha Grab ini yaitu hanya Handphone dan internet saja. Kalau aplikasinya itu bisa di download di Handphone lewat Play Store atau App Store. Dari ke 7 (tujuh) aspek marketing menurut mix diatas maka peneliti menyimpulkan bahwa berjalannya pemasaran yang paling penting atau yang lebih menonjol dalam pemasaran grab ini adalah aspek produk, aspek promosi, aspek harga, dan aspek bukti fisik. Karena dengan adanya ke 4 (empat) aspek diatas maka dapat membantu pihak grab dalam melakukan pemasaran.

Dengan adanya keberagaman produk atau jasa yang ditawarkan oleh aplikasi grab ini maka semakin banyak masyarakat tertarik dan mempermudah masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya. Promosi, dari promosi inilah produk yang ditawarkan oleh grab tadi bisa dikenal masyarakat sehingga dapat membantu pemasarannya, baik melalui media sosial ataupun media cetak. Selanjutnya harga, harga dari produk/jasa yang ditawarkan grab ini sangat berpengaruh sekali bagi konsumen, karna apabila harganya terjangkau dan pelayanannya baik pasti banyak masyarakat yang akan tertarik sebaliknya apabila jasa yang ditawarkan mahal maka masyarakat akan berpaling dengan aplikasi

transportasi lainnya. Terakhir aspek Bukti fisik merupakan semua yang berbentuk peralatan atau perangkat yang digunakan untuk mendukung berjalannya suatu bisnis. Disini peralatan yang digunakan adalah handphone, helm, jaket, motor dan mobil. Yang mana ketentuan di gunakanya motor dalam aplikasi Grab yaitu kendaraan yang berumur pada tahun 2008. Sedangkan untuk penggunaan mobil di dalam aplikasi Grab yaitu pada tahun 2011.

Buiding merupakan bagian dari bukti fisik, karakteristik yang menjadi persyaratan yang bernilai bagi konsumen dalam perusahaan jasa yang memiliki karakter. Perhatian terhadap interior, perlengkapan bangunan, termasuk lighting system, dan tata ruang yang lapang menjadi perhatian penting dan dapat mempengaruhi mood pengunjung.

Bangunan harus dapat menciptakan suasana daengan memperhatikan *ambience* sehingga memberikan pengalaman kepada pengunjung dan dapat memberikan nilai tambah bagi pengunjung, khususnya menjadi syarat utama perusahaan jasa dengan kelas market khusus.

Bukti fisik ini merupakan semua yang berbentuk peralatan atau perangkat yang digunakan untuk mendukung berjalannya bisnis. Hasil penelitian yang di dapat dari wawancara dengan Sanif selaku karyawan kantor Grab yang mengemukakan :

“Kalau peralatan yang digunakan dalam bisnis inikan sudah jelas, itu pasti menggunakan handphone dan dengan modal internet saja.”
(Hasil wawancara dengan Sanif selaku karyawan kantor Grab, 14 Januari 2020)

Hal ini sama seperti yang dijelaskan dengan ibu Asri selaku salah satu karyawan Grab, yang mana beliau

juga mengatakan dan menjelaskan bahwa peralatan yang digunakan dalam bisnis Grab ini yaitu hanya mengandalkan smartphone dan jaringan internet

KESIMPULAN

Dari kesimpulan penelitian menjelaskan bahwasanya strategi komunikasi yang dilakukan oleh Grab Bengkulu untuk menarik peminat pelanggan di Kota Bengkulu yaitu dengan tetap memperkuat jaringan efektivitas pemasaran secara online dengan menggunakan media sosial dan memanfaatkan sebaik-baiknya. Adapun jenis media sosial yang digunakan adalah seperti Facebook dan Instagram yang berfungsi mempromosikan jasa transportasi online ini. adapun tujuan dalam atribut grab adalah dengan menarik peminat pelanggan supaya lebih mengenal aplikasi Grab, adapun cara lain yang digunakan ialah sosialisasi langsung kepada masyarakat terhadap pengenalan aplikasi Grab di Kota Bengkulu. Keuntungan dalam menggunakan aplikasi grab ini juga dilengkapi security dan tracking dimana berfungsi melindungi pelanggan apabila mengalami kehilangan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, Salim. 2000. *Managemen Transportasi*. Cetakan Pertama. Edisi Kedua. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Asmajasari, Magdalena. 1997. *Study Periklanan Dalam Perspektif Koumunikasi Pemasaran*, Malang : UMM Perss.
- Bowersox, c. 1981. *Introduction to Transportation*. New York: MacmillanPublishing Co, Inc.

- Darmadi Durianto, Hendrawan Supratikno, Sugianto, Anton Wachidin Widjaja, 2005. *Recent Trends In Marketing Issues*: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ferguson, Sherry D. 2009. *Communication Planning: An Integrated Approach*. California USA: Sage Publication.
- Effendy, Onong Uchana. (1981). *Dimensi-Dimensi Komunikasi*. Bandung: PT Rosdakarya.
- Martin, E. 1999. *Managing Information Technology What Managers Need to Know*. 3rd ed. New Jersey: Pearson Education Internasional.
- M. Suyanto. 2005. *Pengantar Teknologi Informasi untuk Bisnis*. Andi. Yogyakarta
- Haag dan Keen. 1996. *Information Technology: Tomorrow's Advantage Today*. Hammond: McGraw-Hill College.
- Kotler dan Keller. 2009. *Managemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13 Jakarta: Erlangga.