



MADDINA: Jurnal Manajemen Dakwah

Volume 1 Nomor 1, Juni 2024. Halaman 53-67

E-ISSN. 3032-1093 (*Online*)

<https://jurnal.iaihnwpancor.ac.id/index.php/madina/about>

MANAJEMEN GRAP DITINJAU DARI KUALITAS PELAYANANNYA DI AREA PANCOR LOMBOK TIMUR

Jumuah¹, Masrur Jiddan²

^{1,2}Prodi Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Institut Agama Islam Hamzanwadi Pancor

jumuah1234@gmail.com

Abstrak

Seiring dengan berkembangnya teknologi saat ini terdapat aplikasi yang mengenalkan layanan pemesanan ojek menggunakan teknologi dan memakai standar pelayanan. Sebelumnya ojek memakai sistem pangkalan berbasis wilayah di tikungan dan mulut-mulut gang. Pengendara ojek dari wilayah lain tidak bisa sembarangan “mangkal” di suatu wilayah tanpa izin dari pengendara ojek di wilayah tersebut. Untuk menggunakan jasa ojek pun, pemakai jasa harus membayar kontan dan tak jarang sering tawar-menawar. Saat ini sudah banyak penyedia jasa ojek online yang salah satunya dikenal Grab. Metode pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa Grab selama masa pandemi khususnya pada awal-awal pandemi melanda telah melakukan perubahan moda transportasi umum yang telah disesuaikan dengan kondisi dimasa pandemi Covid-19 dalam rangka menghindari penyebaran Covid-19. Grab juga berupaya untuk tetap menjaga kelangsungan perekonomian para mitra pengemudi. Grab juga merupakan moda transportasi umum yang sesuai dengan

protokol kesehatan yang juga telah membantu program pemerintah dalam menyediakan armada guna mendukung aktivitas vital yang lainnya agar aktivitas lainnya agar aktivitas masyarakat tetap dapat berjalan sehingga perekonomian juga tetap bisa berjalan.

Kata Kunci: *Manajemen Grab Ditinjau Dari Kualitas Pelayanannya*

Abstract

Along with the development of technology, there are now applications that introduce motorcycle taxi booking services using technology and service standards. Previously, ojek used a base system based on areas at street corners and alley entrances. Ojek riders from other areas cannot arbitrarily "park" in a certain area without permission from the ojek riders in that area. To use the ojek service, users must pay in cash and often engage in haggling. Currently, there are many online motorcycle taxi service providers, one of which is known as Grab. The approach method used in this research is the qualitative research method. Based on the results of this research, it can be concluded that Grab, during the pandemic, especially in the early days of the pandemic, made changes to public transportation modes that were adjusted to the conditions during the Covid-19 pandemic in order to avoid the spread of Covid-19. Grab also strives to maintain the economic continuity of its driver partners. Grab is also a public transportation mode that adheres to health protocols and has assisted government programs in providing fleets to support other vital activities so that community activities can continue, thereby keeping the economy running.

Keywords: *Grab Management Viewed from the Quality of Its Service*

Pendahuluan

Perkembangan di era modern ini masyarakat mempunyai aktivitas yang beragam dan untuk memenuhi aktivitas tersebut masyarakat memerlukan adanya transportasi sebagai alat penunjang atau alat bantu dalam melakukan aktivitasnya. Oleh karena itu, pengusaha jasa transportasi berlomba-lomba untuk konsumennya dengan peningkatan

pelayanan, kemudahan pemesanan, kenyamanan, ketepatan waktu dan lain sebagainya. Di Indonesia banyak dijumpai sepeda motor juga melakukan fungsi sebagai kendaraan umum yaitu mengangkut orang atau barang dan memungut biaya yang disepakati, model transportasi jenis ini dikenal dengan nama ojek.¹

Seiring dengan berkembangnya teknologi saat ini terdapat aplikasi yang mengenalkan layanan pemesanan ojek menggunakan teknologi dan memakai standar pelayanan. Sebelumnya ojek memakai sistem pangkalan berbasis wilayah di tikungan dan mulut-mulut gang. Pengendara ojek dari wilayah lain tidak bisa sembarangan “mangkal” di suatu wilayah tanpa ijin dari pengendara ojek di wilayah tersebut. Untuk menggunakan jasa ojek pun, pemakai jasa harus membayar kontan dan tak jarang sering tawar-menawar. Saat ini sudah banyak penyedia jasa ojek online yang salah satunya dikenal Grab.

GRAB sendiri didirikan oleh Anthony Tan dan Hooi Ling Tan yang merupakan warga negara Malaysia. Grab merupakan aplikasi layanan transportasi terpopuler di Asia Tenggara yang kini telah berada di Singapura, Indonesia, Filipina, Malaysia, Thailand dan Vietnam. Menghubungkan lebih dari 10 juta penumpang dan 185.000 pengemudi di seluruh wilayah Asia Tenggara. Layanan Grab ditujukan untuk memberikan alternatif berkendara bagi para pengemudi dan penumpang yang menekankan pada kecepatan, keselamatan, dan kepastian.²

Tahun 2012, perusahaan Grab hadir di Indonesia sebagai *Social Entrepreneurship* inovatif untuk mendorong perubahan sektor transportasi informal agar dapat beroperasi secara profesional. Manajemen Grab menerapkan sistem bagi hasil dengan pengemudi ojek yang berada di bawah naungannya. Selain dapat mengantar orang ke suatu tempat, perusahaan Grab juga melayani pengiriman barang, pesan antar makanan, berbelanja, dan lain sebagainya. Beberapa layanan Grab yang ditawarkan

1. Grab taxi: layanan yang membantu mendapatkan layanan taksi yang cepat.

2. Grab car: layanan penyewaan kendaraan pribadi dengan sopir yang menghadirkan kebebasan pilihan berkendara yang nyaman dan gaya.
3. Grab bike: dengan menggunakan layanan ini dapat memesan ojek untuk mengantar satu orang dari satu tempat ke tempat tujuan.
4. Grab express: layanan kurir secara kilat menggunakan Grab bike.
5. Grabfood: layanan pesan antar makanan yang memiliki banyak daftar makanan yang tersedia dan sebagainya.

Grab menjadi pionir layanan ojek berbasis aplikasi mobile melalui layanan nya. Dengan ini, pengguna aplikasi Grab cukup memesan ojek melalui aplikasi mobile secara online dan nantinya akan dijemput oleh supir ojek yang merespon pesanan pengguna atau calon penumpang. Transaksi pembayaran dilakukan saat pengguna sampai ke tujuan kepada supir ojek. Tarif yang dikenakan bervariasi berdasarkan jarak yang ditempuh.

Kemudian upaya memenuhi kepuasan konsumen, perusahaan memang dituntut kejeliannya untuk mengetahui pergeseran kebutuhan dan keinginan konsumen yang hampir setiap saat berubah. Pembeli akan bergerak setelah membentuk persepsi terhadap nilai penawaran, kepuasan sesudah pembelian tergantung dari kinerja penawaran dibandingkan dengan harapannya. Kepuasan konsumen merupakan faktor yang sangat penting bagi keberadaan, kelangsungan, dan perkembangan perusahaan. Saat ini banyak perusahaan yang semakin memahami arti penting dari kepuasan konsumen dan menjalankan strategi guna memberikan kepuasan bagi konsumennya.

Menurut Buttle kepuasan konsumen membawa dampak yang besar bagi perusahaan. Dengan memertahankan dan memuaskan pelanggan saat ini jauh lebih mudah dibandingkan terus-menerus berupaya menarik atau memprospek pelanggan baru, biaya memertahankan pelanggan lebih murah dibandingkan biaya mencari pelanggan baru. Pelanggan yang puas dapat menjadikan hubungan antara

perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, menjadi advocator bagi perusahaan terutama ketika reputasi perusahaan atau produk dilecehkan oleh orang lain, serta membentuk rekomendasi positif dari mulut ke mulut yang sangat menguntungkan bagi perusahaan.³ Faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen yang pertama adalah kualitas pelayanan dan Faktor kedua yang memengaruhi kepuasan konsumen adalah persepsi harga.

Menurut Kotler dan Keller Harga adalah jumlah uang(kemungkinan ditimbang beberapa barang) yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertainya.⁴ Kualitas pelayanan yang baik dapat menjadi keunggulan bersaing bagi perusahaan jasa. Kualitas pelayanan juga merupakan kunci untuk mencapai kesuksesan. Baik tidaknya kualitas pelayanan barang atau jasa tergantung pada kemampuan produsen dalam memenuhi harapan konsumen secara konsisten. Kualitas pelayanan dikatakan memuaskan jika layanan yang dirasakan sama atau melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan. Pelayanan yang seperti inilah yang dipersepsikan sebagai pelayanan berkualitas dan memuaskan. Harapan konsumen tersebut tercermin pada pelayanan yang baik, ramah tamah, sopan santun, ketepatan waktu, dan kecepatan menjadi nilai penting yang diharapkan oleh para konsumen. Konsumen yang merasa puas secara tidak langsung akan mendorong terjadinya rekomendasi dari mulut ke mulut, bahkan dapat memperbaiki citra perusahaan di mata konsumen. Oleh karena itu, kualitas pelayanan harus menjadi fokus utama perhatian perusahaan karena dapat menciptakan kepuasan pelanggan.

Penelitian ini menggunakan Grab sebagai objek penelitian, karena melihat bagaimana cara manajemennya dan mengenai kualitas pelayanan yang ditawarkan oleh Grab di area Pancor - Lombok Timur sehingga banyak yang menggunakan jasa pelayanannya dan termasuk menjalin mitra atau turut bergabung dengan Grab.

Metode Penelitian

Metode pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Artinya data yang digunakan bukan berupa angka secara statistik melainkan data tersebut berasal dari hasil naskah wawancara, catatan lapangan, dokumen pribadi, catatan, memo dan dokumen resmi lainnya. Menurut Geertz mengatakan bahwa penelitian kualitatif yaitu memahami konteks dan situasi.⁵ Sedangkan menurut Jane Richie, penelitian kualitatif adalah upaya untuk menyajikan dunia social, dan persepektifnya di dalam dunia dari segi konsep, perlaku, persepsi, dan persoalan tentang manusia yang di teliti.⁶ Metode penelitian ini sering disebut dengan metode penelitian naturalistik karna penelitiannya dilakukan dengan kondisi yang alamiah (natural setting), disebut juga sebagai metode etnografi karna pada awalnya lebih banyak digunakan untuk penelitian di bidang antropologi budaya.⁷

Hasil dan Pembahasan

Fitur Layanan Grab di Pancor Lombok Timur

a. Grab Car⁸

Grab Car adalah layanan taksi online (mobil panggilan) dengan tarif terjangkau dan memiliki kapasitas maximum 4 orang penumpang. Selain itu pada layanan Grab Car sendiri terdapat dua layanan tambahan yaitu GrabCar Plus dan Sewa GrabCar. Dimana Kedua layanan ini menawarkan kepastian kualitas mobil panggilan Grab, mulai dari mitra pengemudi, tarif, kemudahan proses pemesanan, jalur perjalanan, hingga kenyamanan extra saat berkendara. Tentu hal ini diberikan untuk mendukung mobilitas pengguna menjadi semakin mudah, cepat, aman dan nyaman.

Pelanggan bisa mengunjungi beberapa destinasi tanpa harus memesan berulang kali dalam durasi yang bisa ditentukan sendiri. Terdapat opsi pilihan durasi penyewaan, mulai dari 4 jam hingga 12 jam. Jika ternyata perjalanan membutuhkan waktu yang lebih

dari durasi penyewaan, pengguna dikenakan tarif tambahan yang akan aktif secara otomatis per-menit ke tarif utama. Pelanggan tidak akan dikenakan tarif untuk pembayaran bensin atau parkir.

Kemudian untuk sistem penghasilan dari GrabCar sendiri terdapat sistem bagi hasil dari olderan yang sudah diselesaikan oleh mitra driver. Selain itu ada juga insentif yang menguntungkan bagi driver yang nominalnya pun lumayan karena disesuaikan dengan total olderan yang didapat. Bonusnya pun beragam seperti bonus pada jam sibuk, dan bonus mingguan.

Lalu mengenai tarif yang berlaku oleh Grab Car sendiri adalah hitungannya per-mobil bukan per-orang. Sebagai contoh, olderan di selesaikan dengan tarif Rp 150.000,-. Maka bagi hasil yang di potong oleh Grab adalah Rp 30.000,-. Dan mitra driver mendapat Rp 120.000,- dari olderan tersebut.

b. GrabBike

GrabBike adalah sebuah transportasi modern (ojek online) yang sekarang mungkin sangat membantu dan memudahkan anda untuk mencari kendaraan umum yang jauh lebih cepat, dan para penumpang menjadi lebih banyak keuntungannya dengan adanya GrabBike.

Jika di bandingkan dengan ojek konvensional yang pertama tentu ongkosnya main tebak, pengendaranya sering sekali membawa motor dengan asal-asalan dan yang terpenting sebagai alat keselamatan yaitu Helm kadang ada terkadang tidak di sediakan untuk penumpangnya dan terkadang ojek konvensional hanya terdapat di pangkalannya jadi penumpang sendiri yang mencari pangkalan ojek tersebut.

Dan layanan GrabBike juga memudahkan kamu dengan tidak perlu lagi menunjukkan rute-rute di jalanan karena driver sudah menyediakan Hp dan aplikasi untuk penunjuk jalan agar

penumpang tinggal duduk manis di motor tanpa khawatir harus nyasar ke tempat tujuan.

Kemudian untuk pengasilan driver GrabBike sendiri, sebagaimana yang telah diatur dalam kebijakan Grab, bahwa Grab menggunakan sistem bagi hasil. Untuk pendapatannya presentase bagi hasil sebesar 90% untuk driver, dan 10% untuk penyedia layanan aplikasi (Grab). Kemudian ada sistem insentif yang berkisar hingga 30%.

Insentif sendiri di berikan jika seorang driver yang mengendara di waktu tertentu. Untuk setiap Senin sampai Kamis, insentif akan diberikan jam 12 malam sampai jam 12 pagi, jam 12 malam sampai jam 4 sore khusus untuk harijum'at. Dan ada juga tambahan bonus bagi hasil dengan metode jauh-dekat. Besaran persentasenya 10% jarak dekat, dan 15% untuk jarak jauh. Untuk wilayah Pancor-Lombok timur sendirimengikuti tarif untuk cakupan wilayah (Sumatra, Jawa dan Bali) yang mana tarif dasar per-kilometernya adalah Rp 1.850,- sampai Rp 2.300,-. Dan jika jarak yang di tempuh melebihi 4 km, maka akumulasi tarif dasar mulai berlaku sebesar Rp 12.000,-.

c. GrabExpress

Grab Express adalah Layanan kurir secara kilat, pasti dan aman menggunakan GrabExpress yang dapat di pesan melalui aplikasi Grab. GrabExpress dapat di gunakan setiap hari selama 24 jam.

Alasan kenapa harus Grab Express adalah

- 1) Aman: bisa lacak barang sudah dimanadengan teknologi di Aplikasi Grab, ada bukti pengiriman, dan di jamin asuransi.
- 2) Cepat: sampai di hari yang sama, dengan Instant Bike atau Instant Car, dan Same Day Bike
- 3) Mudah: cukup tekan Pengantaran diaplikasi Grab dan pilih tipe pengiriman.
- 4) Jangkauan Lunas: dalam kota dan keseluruh Indonesia

- 5) Nyaman: bisa dikirim ke banyak tujuan dan pesan hingga 10 kali sekaligus.
- 6) Ongkos Kirim: terjangkau dan semakin hemat dengan langganan
- 7) Layanan 24 Jam

Adapun Pilihan tipe pengiriman pada Grab Express

- 1) Grab Express Instant Bike: Pengiriman cepat langsung sampai (maksimal 3 jam) untuk barang kecil dengan ukuran dan berat barang yang diperbolehkan 50x50x50cm dan berat maksimal 15kg.
- 2) GrabExpress Same Day Bike: Pengiriman cepat sampai di hari yang sama (maksimal 6 jam) bayarnya lebih hemat.
- 3) Grab Express Instant Car: Pengiriman cepat langsung sampai dengan ukuran dan berat barang yang diperbolehkan 100x100x80cm dan berat maksimal 150kg.

Kemudian untuk tarif pengiriman sendiri tergantung alamat pengiriman yang langsung bisa dicek lewat aplikasi Grab dan pada GrabExpress ini dikenakan minimal tarif dasar sebesar Rp 12.000

d. GrabFood

Grab Food adalah salah satu layanan pesan antar makanan. Dengan Grab Food konsumen dapat dengan bebas memesan makanan yang diinginkan hanya lewat ponsel pintar, gak perlu berjalan jauh ke warung makan yang diinginkan. Sebagai penyedia aplikasi, Grab mengambil 20% dari harga makanan+Rp 1.000,- dan pemilik usaha tentu sangat diuntungkan dengan mendapatkan restoran/warung makan/menu makanannya melalui GrabFood ini.

e. Grab Mart

Grab Mart adalah layanan baru dari Grab khusus untuk pengiriman barang kebutuhan sehari-hari. Proses pengiriman GrabMart sama dengan GrabFood, hanya saja pesannya bukan

hanya makanan saja, tapi bisa jadi barang yang di beli di minimart atau supermarket. Tarif dasar yang di kenakan di GrabMart adalah Rp 13.000,-

Perbedaan antara GrabFood dan GrabMart sendiri lebih kepada barang atau produk yang di tawarkan. Jika ingin membeli makanan matang atau masakan, bisa dipesan melalui GrabFood. Sedangkan untuk produk mentah seperti sayur maupun buah, bisa membelinya melalui layanan GrabMart.

f. Grab Jastip

Grab Jastip adalah layanan non demand (sesuai permintaan) yang memungkinkan anda untuk meminta pengemudi Grab, untuk memberi barang dan diantarkan ke alamat tujuan yang di pilih. Bisa di katakan dengan Grab Jastip bisa titip aneka kebutuhan seperti sembako, perkakas rumah, peralatan rumah hingga makanan favorit.

Keuntungan menggunakan Grab Jastip

- 1) Semua kebutuhan atau keperluan dapat terpenuhi dengan mudah karena melalui Grab Jastip mitra driver akan mencarikan semua keperluan itu.
- 2) Sistem pembayaran mudah dan simple karena mitra driver penerima orderan akan membelikan dan membayarkan dulu ke merchant kemudian mengantarkannya ke alamat & pembayaran baru di lakukan.
- 3) Selain bisa membayar melalui metode pembayaran Grab tunai, juga bisa dilakukan dengan memanfaatkan saldo OVO.
- 4) Saat pesanan di buat, maka kebutuhan atau keperluan tersebut akan dapat langsung dikirim akan langsung diproses di waktu bersamaan. Jadi barang kebutuhan akan sampai dalam jangka waktu cepat.

Kemudian sebagai bentuk perbaikan pelayanan dari Grab

untuk mitranya. Grab memberikan 100% pengembalian dana kepada mitra sebagai asuransi jikalau mitra driver mendapat olderan dari costumer yang membatalkan pesanan dengan semena-semena padahal pesanan sudah di ambil dan di bayar oleh driver dan tentunya untuk mendapat asuransi tersebut mengikuti Syarat dan Ketentuan yang berlaku.

1. Kepuasan Konsumen (Kualitas Pelayanan Grab di Area Pancor-Lombok Timur)

Kotler dan Keller (2016), Kepuasan Konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi atau harapan mereka.⁹

Kepuasan Konsumen tentu akan berdampak baik bagi keberlangsungan sebuah bisnis, dimana konsumen merupakan sasaran penjualan dan merupakan inti dari sebuah ke eksistensian produk/jasa yang di tawarkan, pelanggan yang puas atas produk/jasa yang di tawarkan tentu akan sangat berdampak baik bagi perkembangan bisnis, dalam hal ini (Grab) agar terus berkembang dan sukses.

Menurut Pratiwi (2014:5), indikator yang digunakan untuk mengukur kepuasan konsumen diantaranya:

- a. Keinginan/harapan konsumen untuk tetap menggunakan jasa. Tingkah laku dari konsumen, dimana dapat mengilustrasikan pencarian untuk membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan memperbaiki suatu produk dan jasa.
- b. Keinginan konsumen untuk merekomendasikan kepada orang lain. Perilaku konsumen membeli barang/jasa yang ditawarkan yang dibutuhkan, serta melakukan pembelian secara teratur sebagai tambahan mereka mendorong teman-teman mereka yang lain agar membeli barang/jasa tersebut.
- c. Puas atas kualitas pelayanan yang diberikan. Perilaku konsumen

untuk mencari, menukar, menggunakan, menilai, mengatur barang atau jasa yang di anggap dapat memenuhi kebutuhan.

Pada dasarnya apabila konsumen puas akan pelayan yang diberikan oleh sebuah produk/jasa, puas dalam artian sesuai dengan apa yang di harapkan, apa yang sudah di expektasikan sebelumnya, maka secara tidak langsung konsumen itu menjadi iklan atau mempromosikan merekomendasikan sebuah produk/jasa tersebut kepada orang lain dan kemudian menumbuhkan rasa loyalitas untuk tetap berlangganan menggunakan produk/jasa itu dan tentu dalam hal ini Grab sangat diuntungkan apabila dapat mempertahankan kepuasan yang di rasakan oleh semua konsumennya.

2. Kualitas Pelayanan

Para suraman, Zeithmail, dan Berry(1988) dalam Tjiptono dan Chandra(2016), memproyeksikan model kualitas layanan dan membaginya menjadi lima dimensi: bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati.

a. Tangible (bukti fisik)

Berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan.

b. Reliability (keandalan)

Kemampuan perusahaan memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai waktu yang disepakati.

c. Responsiveness (daya tanggap)

Kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat.

d. Assurance (jaminan dan kepastian)

Prilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi pelanggannya.

e. Empathy (Empati)

Berarti bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.

3. Harga

Harga menurut Kotler dan Amstrong (2016), jumlah uang yang dibebankan untuk sebuah produk atau jasa dapat disimpulkan bahwa harga adalah sejumlah uang yang di bayarkan atau di tukarkan untuk memproleh barang atau jasa untuk mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang dan jasa

4. Kebijakan Grab dikala Pandemi Covid-19(Awal-awal pandemi)

Kemudian Adapun Kebijakan yang di keluarkan Grab melihat kondisi saat ini di tengah di kondisi yang kian sulit. Sesuai dengan ketentuan pasal 3 yang menyatakan bahwa pengendalian Transporasi untuk seluruh wilayah yang dilakukan terhadap transporasi menyangkut penumpang dan barang, sesuai dengan yang di lakukan oleh Grab yang mengangkut penumpang dan barang dalam operasional bisnisnya juga telah melakukan berbagai kebijakan yang di sesuaikan dengan standar operasional yang baru yang menyesuaikan kondisi pandemi covid-19. Dimana Grab telah melakukan berbagai upaya dalam mengatasi penyebaran Covid-19 seperti dengan menjaga protokol kesehatan dengan wajib memakai masker (baik mitra pengemudi maupun penumpang), menjaga jarak yang di lakukan dengan memberikan batas partikel plastik antara mitra pengemudi dan penumpang baik pada GrabCar maupun GrabBike, selalu memakai APD bagi mitra pengemudi

seperti masker dan sarung tangan, melakukan pembersihan rutin baik armada maupun jaket untuk mitra pengemudi

Kesimpulan

Manajemen dan Kualitas Pelayanan yang di tawarkan oleh Grab di Area- Pancor ini pada dasarnya sama dengan kualitas pelayanan yang ditawarkan di kota-kota lainnya di Indonesia. Akan tetapi terdapat beberapa fitur layanan yang disesuaikan dengan tempat Grab itu beroperasi. Adanya Grab di Pancor-Lombok Timur tentu sangat dirasakan manfaatnya bagi para mitra dan customer Grab itu sendiri. Kehadiran Grab di area Pancor-Lombok Timur seperti membawa angin segar dilihat dari banyaknya antusiasme masyarakat Pancor untuk mendaftar dan menjadi anggota Grab. Datangnya Grab sangat menguntungkan untuk yang bermitra dengan Grab, sebagai contoh restoran/warung makan, barang dagangan lainnya yang memasukkan barang dagangannya ke Grab sesuai dengan fitur yang tersedia membuat keuntungan seperti lebih banyak omset pemasukan dan lainnya.

Daftar Pustaka

- Aditya, Fikri, (2000). *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, Surabaya: CV. Cahaya Agency.
- Algifari, (2016). *Mengukur Kualitas Pelayanan, Edisi Revisi*, Yogyakarta: BPFE.
- Arief, (2020). *Pemasaran Jasa & Kualitas Pelayanan*, Malang: Bayumedia.
- Apipudin, H., Saebani, Beni Ahmad, (2012). *Metode Penelitian Kualitatif* cet.2, Bandung: CV Pustaka Setia.
- Atika, Zahra, (2017). "Jurnal Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Ojek Online"
- Irham Hafidz, (2018). "Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Memilih GrabBike di Kota

Malang”, Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi, UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

Kuswarno, Engkus, (2009). Metodologi Penelitian Komunikasi, Konsepsi, Pedoman dan Contoh Penelitiannya, Bandung: Widya Padjadjaran.

Moleong, L. J., & Edisi, P. R. R. B. (2004). Metodologi penelitian. Bandung: Penerbit Remaja Rosdakarya, 3(01).

Sule, Ernie Tisnawati dan Saefullah, Kurniawan, (2005). Pengantar Manajemen Edisi Pertama, Jakarta: kencana.

Supranto, (2006) Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar, Jakarta:Rineka Cipta.

Sutikno, M.Sabri, (2012) Manajemen Pendidikan, Lombok: Horistik.

Prangani, Ade, (2013). Jurnal Kebangsaan, Memperkuat Manajemen Pemasaran dalam Konteks Persaingan Global,

Mahir Karyadi, (2018). “Pengaruh Komitmen Terhadap Kepuasan Kerja Driver Grab Bike Di KotaPalembang”, Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Sriwijaya.

Rini, (2019). “ Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Tingkat Kepuasan Pengguna Jasa Pelayanan Driver Grab”, Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam,IAIN Metro