

KUALITAS PELAYANAN TRANSPORTASI BERBASIS ONLINE (GOJEK) DAN KEPUASAN PELANGGAN

Santi Julita, Rizka Puspitarani, Suritani Sinaga
Fakultas Psikologi, Universitas Muhammadiyah Aceh

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kualitas pelayanan Gojek dengan kepuasan pelanggan di Banda Aceh. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *nonprobability sampling* dengan jenis *accidental sampling*. Sampel penelitian berjumlah 60 orang pengguna Gojek di Banda Aceh. Alat ukur yang digunakan yaitu skala kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan yang dibuat dalam bentuk skala Likert. Analisa data menggunakan teknik korelasi *product moment* yang menunjukkan nilai *Pearson Correlation* sebesar 0,683 dan nilai $p = 0,000 < 0,05$. Hal ini berarti terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan Gojek dengan kepuasan pelanggan di Banda Aceh. Semakin tinggi kualitas pelayanan Gojek maka semakin tinggi pula kepuasan yang dirasakan pelanggan, begitu juga dengan sebaliknya jika kualitas pelayanan Gojek rendah maka rendah juga kepuasan pelanggan. Berdasarkan analisa hasil tambahan dari data demografi dalam penelitian ini, salah satu faktor tambahan yang ditinjau dari jenis kelamin, di mana Gojek lebih banyak digunakan oleh kalangan perempuan sebanyak 33 orang dan laki-laki sebanyak 27 orang, hal ini menunjukkan perempuan di Banda Aceh lebih banyak menggunakan Gojek dibandingkan dengan laki-laki.

Kata kunci : *kualitas pelayanan, kepuasan, pelanggan*

Pendahuluan

Transportasi merupakan suatu sarana yang dibutuhkan karena dapat memudahkan pekerjaan dan dapat membantu masyarakat untuk lebih mudah dan cepat berpindah dari satu tempat ke tempat yang lain. Mengingat kebutuhan masyarakat Indonesia akan transportasi sangat tinggi, maka bidang transportasi Indonesia sedang digencarkan dengan munculnya transportasi berbasis *online* yang memanfaatkan aplikasi sebagai media pemesanan untuk memudahkan pelanggan dalam hal pemenuhan kebutuhan masyarakat (Rifaldi, Kanduci, dan Sulistyowati, 2016). Kehadiran jasa transportasi berbasis aplikasi *online* yang menggunakan internet sangat berpengaruh bagi masyarakat dalam segala aktivitas secara cepat dan efisien, sehingga dengan adanya hal tersebut, masyarakat dapat merasakan kemudahan dalam melakukan seluruh aktivitas yang dilakukan.

Salah satu bisnis yang sedang berkembang pada saat ini ialah bisnis jasa transportasi dengan sepeda motor atau yang dulu kita sebut ojek. Jika dulu ojek dikelola secara konvensional dan kepemilikan tunggal, maka sekarang muncul bisnis baru bernama Gojek

yaitu usaha komersial yang menyediakan jasa transportasi secara umum yang dikelola secara profesional (Rifaldi dkk, 2016).

Transportasi online yang sedang meningkat pesat ialah Gojek. Gojek didirikan oleh anak bangsa yang bernama Nadiem Makarim dan Michaelangelo Moran pada bulan Agustus 2010 dan diluncurkan secara resmi bulan Februari 2011. Gojek adalah perusahaan sosial yang menyatukan pengemudi ojek yang berpengalaman dan dapat dipercaya untuk memberikan layanan kenyamanan untuk masyarakat. Perusahaan ini bergerak di bidang jasa layanan transportasi sebagai perantara yang menghubungkan antara pengendara Gojek dengan pelanggannya (Makarim, 2015).

Cara kerja Gojek ialah menggunakan aplikasi yang terhubung dengan internet, melalui aplikasi ini. Pengendara Gojek dapat melihat order yang masuk serta lokasi pemesanannya untuk ditanggapi, dan pelanggan dapat memantau posisi pengendara Gojek yang menanggapi order sehingga para pelanggan tidak perlu menunggu dipinggir jalan dan Gojek siap untuk melayani pelanggan yang berada dimana saja. Jasa dan layanan Gojek tidak hanya *Go-ride* untuk pengantaran penumpang, akan tetapi Gojek memberikan pelayanan seperti *Go-send* yaitu melayani pengiriman barang, *Go-food* melayani pemesanan makanan, *Go-mart* melayani pemesanan di outlet seperti Indomaret, AlfaMart dan sejenisnya, *Go-Busway*, *Go-tix* yang melayani pemesanan tiket konser, dan sejenisnya, *Go-box* melayani pengiriman barang dengan skala yang besar, *Go-clean* melayani pembersihan rumah atau kantor, *Go-glam*, serta *Go-massage* melayani pijatan.

Kemudahan yang ditawarkan perusahaan Gojek dalam memenuhi kebutuhan transportasi memberikan dampak yang signifikan di beberapa wilayah Indonesia. Gojek kini telah menjadi angkutan umum yang disukai sebagian masyarakat, karena Gojek dapat menjangkau tempat yang tidak dilalui angkutan umum seperti angkutan kota (angkot, bus, becak) dan angkutan umum beroda empat lainnya. *Go-ride* bisa masuk dan melalui gang-gang sempit, jalan-jalan kecil, sehingga mampu menyediakan layanan *door to door* dan hampir semua responden pengguna Gojek menilai bahwa *Go-ride* itu praktis, cepat dan efisien untuk melewati atau menghindari kemacetan.

Salah satu layanan yang disediakan oleh perusahaan Gojek, yakni Go-Ride ialah merupakan layanan unggul yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat saat ini. Tidak lepas dari hal tersebut pelanggan Gojek juga sangat memperhatikan kualitas pelayanan akan kenyamanan dan keamanan perjalanan yang diberikan oleh pihak perusahaan Gojek tersebut. Perusahaan Gojek menjamin keamanan pelanggan karena setiap *driver* dan konsumen *Go-ride* harus melakukan registrasi terlebih dahulu. Sehingga jika terjadi hal-hal

yang tidak diinginkan, semua bisa dilacak dengan mudah. Selain itu perusahaan Gojek juga menjamin mulai asuransi sampai keamanan fisik pelanggan (Makarim, 2015). Kualitas pelayanan semacam ini sangat menarik bagi masyarakat yang membutuhkan kemudahan, kenyamanan, dan keamanan untuk melakukan perjalanan.

Kotler (2007) mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu cara kerja perusahaan yang berusaha mengadakan perbaikan mutu secara terus-menerus terhadap proses, produk dan *service* yang dihasilkan perusahaan. Sedangkan menurut Tjiptono (2001), kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Para pengguna transportasi terlibat dalam suatu proses jasa, oleh sebab itu pengguna jasa juga yang menentukan kualitas jasa yang diterima. Untuk memberikan yang terbaik bagi pelanggan atau konsumen kualitas pelayanan perlu dipikirkan agar mereka tetap mempercayakan kebutuhannya berada dalam pelayanan sebuah organisasi atau perusahaan.

Dalam upaya pelayanan jasa, sehebat apapun perusahaan atau organisasi namun terkadang tetap ada yang merasa tidak puas dengan pelayanan yang diberikan. Apalagi jasa transportasi *online* semacam Gojek ini. Bukan tidak ada keluhan atau komplain dari pihak konsumen, mengingat *driver* di seluruh wilayah bukanlah semacam karyawan yang memperoleh pelatihan-pelatihan yang membentuk mereka sebagai *driver* yang bersertifikat atau lulus dari berbagai macam tes, yang ditujukan untuk menguji kelayakan mereka dalam pelayanan jasa tersebut. Dikutip dari *website* Gojek (2017), ada beberapa keluhan pelanggan terhadap pelayanan Gojek di Jakarta. Berdasarkan keluhan yang diberikan oleh 40 pelanggan bahwa pelanggan kurang merasa puas karena pelayanan yang tidak sesuai dengan ketentuan yang seharusnya ada di *Go-ride*, pelanggan juga merasa dirugikan karena *credit* terpotong dan perjalanan sudah sampai tujuan, padahal pelanggan belum dijemput oleh *driver* *Go-ride*, dan masih ada oknum *driver* yang tidak profesional dalam melayani pelanggan serta sistem jaringan pada Gojek yang belum maksimal.

Permasalahan di atas tidak jauh berbeda dengan permasalahan yang dikeluhkan pelanggan Gojek di Banda Aceh. Berdasarkan data yang diambil dari hasil wawancara 4 orang pelanggan *Go-ride*, pada tanggal 01 November 2017 di warkop Aneuk Kupi Lamnyong, peneliti menyimpulkan bahwa ada 3 pelanggan yang tidak puas dengan pelayanan *Go-ride* karena *driver* yang kurang mengetahui rute di Banda Aceh, sehingga perjalanan lebih lama, lalu *driver* tidak menggunakan atribut (jaket) pada saat menjemput pelanggan, dan pelanggan juga tidak diberikan masker oleh *driver*, pelanggan juga kecewa pada saat di *cancel booking*nya tanpa memberi keterangan kepada pelanggan. Pelanggan

yang merasa puas dengan layanan *Go-ride* karena pelanggan merasa *driver* yang pelanggan tumpangi sopan dan ramah. Selain itu *driver* juga datang cepat menjemput pelanggan.

Gojek memahami apa yang diinginkan dan diharapkan oleh pelanggan dari kualitas pelayanan, sehingga akan menjadi suatu nilai tambah sendiri bagi perusahaan Gojek. Kualitas pelayanan perlu mendapat perhatian besar dari suatu perusahaan, karena kualitas pelayanan mempunyai hubungan langsung dengan kemampuan bersaing dan tingkat keuntungan perusahaan. Kualitas pelayanan gojek terhadap kepuasan pelanggan *Go-ride* sangat memberikan dampak terhadap perkembangan suatu perusahaan. Jika kualitas pelayanan tidak bagus maka pelanggan tidak merasa puas sehingga pelanggan tidak akan menggunakan kembali layanan tersebut, dan perusahaan Gojek akan bangkrut dan tidak berkembang sebagaimana mestinya. Tetapi jika kualitas pelayanannya bagus, maka pelanggan merasa puas sehingga perusahaan Gojek akan berkembang pesat (Rifaldi dkk, 2016).

Sumarwan (dalam Rifaldi dkk, 2016) mendefinisikan kepuasan adalah tingkat perasaan setelah membandingkan kinerja/hasil yang dirasakan dengan harapannya. Jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Sedangkan menurut Tjiptono (2008), kepuasan pelanggan merupakan tawaran dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang didapat tidak memenuhi harapan. Menurut Kotler dan Keller (2009), kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Perusahaan akan berhasil memperoleh pelanggan dalam jumlah yang banyak jika dinilai dapat memberikan kepuasan bagi pelanggannya.

Para pelanggan transportasi Gojek sangat membutuhkan kualitas pelayanan yang ideal demi kenyamanan dan keamanan dalam perjalanannya, sehingga jika pelanggan terpenuhi kebutuhannya dalam hal kualitas pelayanan maka akan menimbulkan kepuasan terhadap dirinya. Oleh sebab itu jika pelanggan merasa puas maka pelanggan akan terus menggunakan transportasi Gojek.

Perusahaan Gojek dalam menarik minat pelanggan harus berusaha sebaik mungkin memberikan pelayanan untuk memenuhi kepuasan pelanggan. Kepuasan bagi pelanggan gojek merupakan tujuan dan sasaran utama bagi perusahaan Gojek. Kepuasan pelanggan terhadap layanan dan hasil kinerja akan sangat memengaruhi citra perusahaan Gojek, sehingga hal ini sangat penting untuk diperhatikan oleh perusahaan Gojek yang sedang berkembang pesat di Banda Aceh. Oleh karena itu, pemberian suatu kualitas pelayanan

tertentu akan menimbulkan penilaian yang berbeda dari setiap para pelanggan Gojek, karena tergantung dari bagaimana pelanggan mengharapkan kualitas pelayanan dan mendapatkan kepuasan atau tidak dari pelayanan yang diterima.

Metode Penelitian

Pendekatan Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif deskriptif. Data yang diperoleh berupa angka-angka yang kemudian dideskripsikan berdasarkan data yang diperoleh dari lapangan.

Subjek

Subjek penelitian berjumlah 60 orang pengguna Gojek aktif di Banda Aceh. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *nonprobability sampling* dengan jenis *accidental sampling*.

Teknik Pengumpulan Data

Metode yang digunakan peneliti dalam pengumpulan data ialah menggunakan skala. Skala merupakan alat ukur subjektif yang dibuat berskala. Skala cukup memberikan informasi tertentu tentang seseorang atau suatu program (Arikunto, 2006). Subjek diminta untuk merespon sejumlah pernyataan yang sesuai dengan keadaan dirinya untuk mengungkap hal-hal yang sedang diteliti.

Jenis skala yang digunakan peneliti ialah skala likert (*likert scale*) yang telah dimodifikasi menjadi empat alternatif jawaban tanpa ada jawaban yang bersifat netral/ragu-ragu dengan item *favorable* dan *unfavorable*. Skala ini disajikan dalam bentuk pernyataan *favorable* dan *unfavorable* (Azwar, 2010). Jumlah item dalam skala pengukuran kepuasan pelanggan adalah 24 item, yang terdiri dari 16 item *favorable* dan 16 item *unfavorable*, begitu juga dengan item skala pengukuran kualitas pelayanan adalah 42 item, terdiri dari 21 item *favorable* dan 21 *unfavorable*.

Hasil

Tabel. 3 Correlations

		kualitas_pelayanan	kepuasan_pelanggan
kualitas_pelayanan	Pearson Correlation	1	.683**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	60	60
kepuasan_pelanggan	Pearson Correlation	.683**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	60	60

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : Olah data *SPSS 25.00 for Windows*, (2018)

Berdasarkan dari hasil korelasi yang didapat antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan, maka diperoleh nilai $r = 0,683$ dan nilai $p = 0,000 < 0,05$ yang berarti terdapat korelasi yang signifikan.

Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kualitas pelayanan Gojek dengan kepuasan pelanggan di Banda Aceh. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan. Hal ini sesuai dengan hasil analisis data yang menggunakan korelasi *product moment*. Hasil perhitungan korelasi yang didapatkan dari kedua variabel tersebut, maka diperoleh nilai $r = 0,683$ dan nilai $p = 0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan memiliki hubungan yang positif dengan kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil tersebut jika semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan oleh Gojek maka semakin tinggi pula kepuasan yang dirasakan pelanggan. Sebaliknya, jika semakin rendah kualitas pelayanan yang diberikan Gojek maka semakin rendah juga kepuasan yang dirasakan pelanggan. Hal yang sama ditemukan oleh Rifaldi dkk. (2016) bahwa antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan memiliki hubungan yang positif dan signifikan, dan kualitas pelayanan menyumbangkan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan sebesar 41,1%, sedangkan sisanya sebesar 58,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh dalam penelitian ini.

Hasil yang sama juga diperoleh dari penelitian Prasetyo dkk. (2017), yang mengungkapkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan ojek online Go-Jek. Hal ini dapat disimpulkan bahwa semakin memuaskan kualitas pelayanan yang diberikan PT. Go-Jek Indonesia maka semakin tinggi pula loyalitas pelanggan ojek online Go-Jek.

Berdasarkan teori Tjiptono (2008) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan oleh pelanggan untuk memenuhi keinginan pelanggan, apabila kualitas pelayanannya baik maka pelanggan akan merasa puas, namun sebaliknya apabila pelayanannya rendah, maka pelanggan akan merasa kecewa. Selain itu Kotler dan Keller (2009) juga mengemukakan kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk atau hasil terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, maka pelanggan tidak puas, akan tetapi, jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, maka pelanggan akan merasa puas, dan jika kinerja melebihi ekspektasi, maka pelanggan akan sangat puas

atau senang. Pelanggan yang merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa maka sangat besar kemungkinannya untuk menjadi pelanggan dalam waktu yang lama.

Para pelanggan Gojek sangat membutuhkan kualitas pelayanan yang ideal demi kenyamanan *order* dan keamanan dalam perjalanan, sehingga jika pelanggan terpenuhi kebutuhannya dalam hal kualitas pelayanan maka akan menimbulkan rasa kepuasan terhadap diri pelanggan, sehingga jika pelanggan merasa puas maka pelanggan akan menggunakan Gojek kembali. Begitu juga sebaliknya jika pelanggan tidak merasa puas terhadap pelayanan Gojek maka pelanggan Gojek tidak akan memakai kembali aplikasi Gojek tersebut. Hal ini sesuai dengan pendapat Hardiansyah (2011), dengan terpenuhinya harapan atau kebutuhan seorang pelanggan, di mana pelayanan yang dikatakan berkualitas apabila dapat menyediakan produk dan jasa sesuai dengan kebutuhan yang diharapkan pelanggan.

Variabel kepuasan pelanggan pada penelitian ini menunjukkan bahwa ada sebanyak 8 responden merasa rendah terhadap kepuasan pelanggan, 39 responden merasa kepuasan pelanggan sedang, dan 13 responden merasa kepuasan pelanggan tinggi. Berdasarkan data di atas kepuasan yang dirasakan pelanggan Gojek di Banda Aceh berkisar pada tingkat sedang. Hal ini karena kualitas pelayanan berhubungan langsung dengan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan muncul karena adanya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan (Tjiptono dan Chandra, 2007). Kualitas pelayanan erat kaitannya dengan kepuasan konsumen, hal ini dikarenakan kualitas pelayanan merupakan salah satu tolak ukur mengapa konsumen puas, maka kepuasan konsumen akan terjadi apabila konsumen terhadap suatu jasa sesuai dengan kenyataan yang diterima oleh konsumen tersebut, Kotler (2007).

Berdasarkan analisa lebih lanjut, peneliti menemukan bahwa sampel dalam penelitian variabel kualitas pelayanan menunjukkan bobot nilai yang lebih tinggi pada aspek berwujud dengan pernyataan “Saya merasa aplikasi Gojek sangat membantu dalam melakukan pemesanan” dan pada aspek keandalan, yakni “Saya senang karena *driver* Gojek tepat waktu dalam mengantar saya”, aspek ini sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, seperti dalam penelitian Rifaldi dkk (2016), yang menyatakan keandalan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen gojek.

Sedangkan pada variabel kepuasan pelanggan, aspek yang lebih besar pengaruhnya ialah pada aspek perbandingan dengan pernyataan “Gojek lebih murah daripada becak”, seperti faktor harga yang dikemukakan oleh Lupiyoadi (2013), bahwa pelanggan yang tidak

perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa itu.

Mengacu pada data yang tersedia berdasarkan analisa hasil tambahan dari data demografi dalam penelitian ini, peneliti dapat melihat beberapa faktor pendukung lainnya, salah satu jika ditinjau dari jenis kelamin, di mana Gojek lebih banyak digunakan oleh kalangan perempuan sebanyak 33 orang dengan persentase 55% dan laki-laki sebanyak 27 orang dengan persentase 45%, hal ini menunjukkan perempuan lebih banyak menggunakan jasa Gojek.

Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa ada hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan dengan nilai r 0,683 dan nilai p $0,000 < 0,05$, yang artinya terdapat hubungan yang signifikan antara kualitas pelayanan Gojek dengan kepuasan pelanggan di Banda Aceh. Jika semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan oleh Gojek, maka semakin tinggi pula kepuasan yang dirasakan pelanggan Gojek di Banda Aceh, dan begitu juga sebaliknya, jika semakin rendah kualitas pelayanan Gojek maka semakin rendah pula kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan Gojek di Banda Aceh.

Mengacu pada data yang tersedia berdasarkan analisa hasil tambahan dari data demografi dalam penelitian ini, peneliti dapat melihat beberapa faktor pendukung lainnya, yaitu jasa Gojek lebih murah dibanding jasa transportasi *online* atau jenis transportasi yang lainnya, kemudahan dalam penggunaan, dan jika ditinjau dari jenis kelamin, Gojek lebih banyak digunakan oleh kalangan perempuan dari pada laki-laki.

Daftar Pustaka

- Arikunto, S. (2006). *Manajemen penelitian*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Perseda.
- Azwar, S. (2010). *Penyusunan skala psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Hardiansyah. (2011). *Kualitas pelayanan publik*. Yogyakarta: Gava Media
- Kotler, P. (2007). *Manajemen pemasaran*. Edisi 13. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P., & Keller, K. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ke 12. Jakarta: PT Indeks
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.

- Makarim, N. (2015). *Nadiem makarim*. Dunduh dari www.newcitysummit2015.org/speakers/nadiem-makarim/ pada 8 oktober 2017.
- Prasetyo, D., Mariyanti, S., & Safitri .(2017). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan jasa ojek online Go-jek. *Jurnal Psikologi*, 15(1)
- Rifaldi., Kanduci., & Sulistyowati. (2016). Pengaruh kualitas pelayanan transportasi online Gojek terhadap kepuasan pelanggan pada mahasiswa/i administrasi niaga Politeknik negeri Jakarta. *Jurnal Epigra*, 13(2)
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Tjiptono, F. (2001). *Manajemen jasa*. Edisi 2, cetakan ke-2. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, F., & Chandra. (2007). *Service, quality dan satisfaction*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.

FAKULTAS
PSIKOLOGI
UNMUHA