

Analisis Kepuasan Pengguna Transportasi Umum Ojek Online (Gojek) Melalui Instrumen Layanan

Analysis Of User Satisfaction Of Public Transportation Ojek Online (Gojek) Through Service Instruments

Mohammad Farhan Appliansyach

D4 Manajemen Pelabuhan Logistik dan Maritim, Universitas Negeri Jakarta, Jakarta, Indonesia

Email: appliansyach01@gmail.com

Qian Nugraha Sugiyo

D4 Manajemen Pelabuhan Logistik dan Maritim, Universitas Negeri Jakarta, Jakarta, Indonesia

Email: qiannugraha28@gmail.com

Dimas Bayu Maulana

D4 Manajemen Pelabuhan Logistik dan Maritim, Universitas Negeri Jakarta, Jakarta, Indonesia

Email: drasid85@gmail.com

Siti Sahara

D4 Manajemen Pelabuhan Logistik dan Maritim, Universitas Negeri Jakarta, Jakarta, Indonesia

Email: sitisahara@unj.ac.id

Korespondensi email: appliansyach01@gmail.com

ABSTRACT. *In Indonesia, online motorcycle taxis are the largest public transportation with a very large number of partners and fleets, covering all parts of Indonesia. As a profit-oriented mode of public transportation, paying attention to customer satisfaction is a necessity. One of the efforts that can be done is to provide quality services. In fact, this study aims to find out how online transportation users respond by looking at the service elements provided by service providers. Scientific studies are used as a logical way to prove reliable research results, and in this study using quantitative methods and statistical analysis of linear regression. The subjects of this study were users of the online ojek public transportation mode in the student MPLM UNJ 2022, Jakarta. The results of the study provide an overview, in general, respondents are satisfied with the presence of nline motorcycle taxis. This is very helpful and facilitates user activities. However, there are still things that need to be improved, such as comfort and safety standards. Statistically, service has a significant effect on online motorcycle taxi user satisfaction.*

Keywords: *Online Ojek, Service Users, Public Transportation, Satisfaction, Service*

ABSTRAK. *Di Indonesia, ojek online merupakan angkutan umum terbesar dengan jumlah mitra dan armada yang sangat banyak, mencakup seluruh wilayah Indonesia. Sebagai moda transportasi umum yang berorientasi pada keuntungan, memperhatikan kepuasan pelanggan adalah sebuah keniscayaan. Salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah dengan memberikan pelayanan yang berkualitas. Padahal, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana respon pengguna transportasi online dengan melihat elemen pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa. Kajian ilmiah digunakan sebagai cara yang logis untuk membuktikan hasil penelitian yang terpercaya,*

dan dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan analisis statistik regresi linier. Subyek penelitian ini adalah pengguna moda transportasi umum ojek online mahasiswa MPLM UNJ 2022, Jakarta. Hasil penelitian memberikan gambaran, secara umum responden merasa puas dengan keberadaan ojek online. Hal ini sangat membantu dan memudahkan aktivitas pengguna. Namun, masih ada hal yang perlu ditingkatkan seperti standar kenyamanan dan keamanan. Secara statistik, pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna ojek online.

Kata Kunci :Ojek Online, Pengguna Jasa, Angkutan Umum, Kepuasan, Pelayanan

A. PENDAHULUAN

Transportasi merupakan suatu sistem yang terdiri dari sarana dan prasarana yang didukung oleh tata laksana dan sumber daya manusia membentuk jaringan prasarana dan jaringan pelayanan (HenitaRahmayanti, 2008).Sedangkan menurut Miro, transportasi adalah sebagai usaha memindahkan,menggerakkan, mengangkut, atau mengalihkan suatu objek dari suatu tempat ke tempat lain, di mana di tempat lain objek tersebut lebih bermanfaat atau dapat berguna untuk tujuan-tujuan tertentu (Santoso Sri Handoyo, 2008). Transportasi mempunyai pengaruh besar terhadap perorangan, masyarakat pembangunan ekonomi, dan sosial politik suatu Negara (Salim, 2016).

Di era modern ini manusia memiliki berbagai aktivitas dan untuk memenuhi aktivitas tersebut manusia membutuhkan transportasi sebagai alat/alat penunjang dalam melakukan aktivitasnya. Oleh karena itu, para pengusaha jasa transportasi berlomba-lomba untuk menarik konsumen dengan cara meningkatkan pelayanan, kemudahan pemesanan, kenyamanan armada, ketepatan waktu dan sebagainya. Di Indonesia sepeda motor sering dijumpai berfungsi sebagai kendaraan umum yaitu mengangkut orang/barang dan memungut biaya yang telah disepakati, jenis transportasi ini dikenal dengan ojek.

Dalam perkembangannya, ojek telah menjadi transportasi umum terapan. Secara rinci diatur dalam UU LLAJ, PP Nomor 74 Tahun 2014 dan Peraturan Menteri Perhubungan Nomor PM 108 Tahun 2017 dimana "Ketentuan Pasal 151 huruf a UU LLAJ dikatakan telah mengakomodir angkutan sewa khusus yaitu angkutan umum dengan tanda nomor kendaraan bermotor berwarna hitam". Sejalan dengan penjelasan di atas, Gojek merupakan salah satu penyedia layanan ojek online yang saat ini menjadi primadona di masyarakat. Gojek hadir sebagai pilihan bagi pengguna transportasi ojek yang ingin menghindari kemacetan dan hiruk pikuk kota besar, seperti Jakarta, Tangerang, Depok, Bogor, Bekasi, Bandung, Surabaya dan lain sebagainya. Gojek juga menawarkan kemudahan dimana konsumen tidak lagi harus mencari ojek ke pangkalan, melainkan dengan sekali klik Pengemudi sepeda motor yang akan datang dan menjemput

konsumen di rumah. Tak hanya itu, Gojek juga menawarkan harga terjangkau bagi pengguna transportasi ojek online, hal ini dibuktikan dengan banyaknya promo yang diberikan. Gojek menyadari banyaknya layanan transportasi yang bermunculan mengakibatkan semakin ketatnya persaingan yang dihadapi para pengemudi ojek online. Hampir di setiap sudut jalan raya dan area kampus, banyak ditemukan para pengemudi ini. Jika dicermati, banyak hal yang harus dibenahi dalam layanan ojek saat ini, terutama masalah keamanan, kesopanan dan kewajaran harga layanan.

Hasil survey di Google Questionary yang dilakukan oleh Kelompok Kami terhadap mahasiswa MPLM 2022 (2023)

No	Kualitas Pelayanan		
	Bagus	Biasa Aja	Kurang Bagus
Jumlah %	75 %	25%	0%

Menunjukkan 75,% konsumen menyatakan tertarik menggunakan jasa ojek online karena harga, lalu 25% karena pelayanan dan 0% karena alasan lainnya. Data ini menggambarkan bahwa alasan utama masyarakat lebih memilih ojek online dari pada taksi online adalah harga yang relatif lebih murah, bahkan sering ojek online menawarkan diskon. Alasan selanjutnya, konsumen menggunakan ojek online adalah layanan. Jika dibandingkan dengan pelayanan tukang ojek dasar memang cukup berbeda dengan ojek online. Dimana ojek online memiliki seragam atau penampilan yang lebih baik, sedangkan ojek biasa cenderung sederhana, lusuh dan terkesan tidak rapi. Kondisi ini kemudian membuat pengguna ojek beralih menggunakan ojek online. Sedangkan alasan lain menggunakan ojek online, ini menjelaskan kondisi atau keadaan tertentu. Misalnya orang kaya atau orang yang jarang menggunakan angkutan ojek, tentunya hanya dalam keadaan tertentu yang bersifat mendadak atau penting sehingga memaksa mereka untuk menggunakan angkutan ojek. Berikut data pertumbuhan pelanggan Gojek Jabodetabek.

Table 1.

Data Pengguna Gojek Jabodetabek

No	Tahun	Jumlah pengguna	%	keterangan
1	2020	1.355.000	-	-
2	2021	3.403.000	151%	Naik
3	2022	4.341.000	28%	Turun
4	2023	5.456.000	26%	Turun

Sumber: www.Liputan6.com, 2023

Data diatas menunjukkan bahwa kuantitas konsumen Gojek se-Jabodetabek terus

meningkat, namun jika dilihat persentase perkembangan Gojek mengalami penurunan yaitu dari tahun 2015 persentase perkembangannya 151% menurun pada tahun 2016 menjadi 28% dan pada tahun 2017 persentase perkembangannya hanya 26%.

Data di atas membuat Gojek semakin menyadari bahwa pangsa pasar ojek sangat besar dan ini merupakan peluang bisnis yang dapat memberikan keuntungan bagi banyak pihak. Oleh karena itu, Gojek terus berupaya memberikan pelayanan yang baik. Misalnya dengan mewajibkan seluruh mitra Gojek mengikuti pelatihan safety driving di Polda Metro Jaya, Gojek mewajibkan seluruh mitra mengikuti standar pelayanan yang baik (SOP), Gojek menyediakan fasilitas pembayaran tunai dan nontunai, serta Gojek menyediakan berbagai layanan transportasi mulai dari antara jemput pelanggan, jemput makanan, jemput barang dan sebagainya.

Gojek menyadari sepenuhnya bahwa industri transportasi sangat kompetitif, diantara pesaing Gojek adalah Grab Bike, Uber, TaksiOn linedan Angkutan Umum Lainnya. Hasil survei di Kuesioner Google yang dilakukan oleh Kelompok kami (2023) menunjukkan Gojek memiliki pangsa pasar 33,6%, Grab Bike memiliki pangsa pasar 27,2%, Uber memiliki pangsa pasar 24,1% dan Taksi Online memiliki pangsa pasar 15,1%. Data ini menjelaskan bahwa saat ini Go Jek masih memimpin pasar dalam transportasi line Hal ini terlihat di setiap sudut jalan kota didominasi oleh mitra Go Jek. Sedangkan pangsa pasar yang paling kecil adalah Taxii Online ,yang hanya 15,1%. Data ini menjadi pertimbangan bagi Gojek yang saat ini posisinya sebagai Pemimpin pasar yang sewaktu-waktu dapat disalip oleh kompetitor lain dan Gojek bukanlah pilihan utama pengguna transportasi line. Menurut survei, itu pemasaran Menunjukkan adanya pergeseran signifikan pengguna Grab Bike dan Gojek ke Uber, hal ini dikarenakan Uber memberlakukan tarif yang sangat murah yaitu Rp. 1000/KM.

Sejalan dengan penjelasan di atas, Gojek khususnya di wilayah Kota Jakarta Selatan terus berupaya untuk dapat memberikan pelayanan yang maksimal kepada penumpang, khususnya penumpang mahasiswa mplm 2022, mengingat banyaknya pelanggan atau pengguna transportasi kereta api. Dengan kata lain, banyaknya pengguna kereta api di stasiun Sudimara menunjukkan bahwa mobilisasi masyarakat sangat besar, sehingga salah satu jasa transportasi yang digunakan untuk pergi ke stasiun adalah ojek *online*. Oleh karena itu, memberikan pelayanan prima menjadi prioritas, misalnya dengan cepat jemput, ramah kepada konsumen dan berkendara dengan aman dan nyaman. Dengan demikian, diharapkan penumpang selalu setia menggunakan jasa ojek *online* Gojek.

B. LANDASAN TEORI

Menurut Herawati (2019), pelayanan merupakan upaya yang diberikan oleh perusahaan

dalam rangka memenuhi kebutuhan konsumen untuk mencapai kepuasan. Sedangkan yang dimaksud dengan kualitas pelayanan menurut Karma (2020) adalah tindakan yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan orang lain (konsumen, pelanggan, klien, tamu, dll) yang tingkat kepuasannya hanya dapat dirasakan oleh mereka yang melayani dan melayani mereka yang dilayani.

Sesuai dengan pemahaman kerangka tersebut maka penelitian mengambil contoh analisis yang sama dengan variabel yang diteliti oleh peneliti seperti penelitian Surti & Anggraeni (2020) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan. Arti penting adalah konsumen akan merasa puas jika salah satunya diberikan pelayanan yang baik. Oleh karena itu, bagi pelaku usaha khususnya di bidang jasa tidak hanya memperhatikan kualitas produk, aspek lain yang juga harus diperhatikan adalah kualitas pelayanan.

Selanjutnya penelitian Nguyen, Pham, Tran, & PHAM (2020) dan Daskalaki, Voutsas, Boutsouki, & Hatzithomas (2020) menyatakan bahwa kepuasan merupakan bentuk abstrak yang hanya dapat dicapai oleh sesuatu yang sepadan, misalnya keramahan, kesan, dan segala hal yang dapat menyentuh emosi pelanggan. Oleh karena itu, menghadirkan layanan merupakan keputusan yang tepat, tentunya sebagai bentuk komunikasi psikologis (Hong, et al., 2020; Mathodah, 2019).

Penjelasan dari kedua penelitian sebelumnya di atas menunjukkan bahwa kepuasan lahir sebagai akibat dari terpenuhinya kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen. Sedangkan kualitas pelayanan merupakan salah satu tindakan yang digunakan untuk dapat memenuhi kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen tersebut, dengan demikian konsumen akan merasa puas (Sewaka, 2018). Dengan kata lain pelayanan yang baik merupakan jawaban atas apa yang diinginkan dan diharapkan konsumen, misalnya pelayanan yang ramah, suasana yang nyaman dan fasilitas yang lengkap dan sebagainya (Suhaya, 2020).

Dalam prakteknya banyak konsumen yang sangat menghargai pelayanan, bahkan hampir semua konsumen sangat ingin dilayani, karena pelayanan bagi konsumen adalah suguhan dan penghargaan atas apa yang diharapkannya. Semakin baik pelayanan yang diberikan maka semakin baik pula perasaan konsumen terhadap perusahaan dan semakin baik pula penghargaan yang diberikan oleh perusahaan maka akan semakin banyak kepuasan dan persepsi positif yang akan melahirkan loyalitas konsumen (Le, Nguyen, & Truong, 2020)

C. HASIL

Tabel 2.
Analisis Questionary Kualitas Layanan

No	Pernyataan	Nilai
1	Kendaraan yang digunakan layak	4,14
2	Kendaraan yang digunakan bersih	4,15
3	Pengemudi Gojek berkendara dengan aman	4,20
4	Pengemudi Gojek mematuhi rambu-rambu lalu lintas	4,16
5	Pengemudi Gojek tanggap	4,10
6	Pengemudi Gojek responsive	3,93
7	Pengemudi Gojek ramah	3,82
8	Pengemudi Gojek terawatt	4,05
9	Driver Gojek tepat waktu	4,16
10	Driver Gojek mengetahui rute jalannya	3,85
Total Rata-Rata		4,06

Sumber: data penelitian Google Questionary, tahun 2023

Tabel di atas dalam pikiran kualitas keseluruhan layanan sepeda motor driver online Gojekin Pengguna Mahasiswa MPLM 2022 Universitas Negeri Jakarta dipersepsikan baik, hal ini dapat dilihat pada rata-rata Nilai jawaban responden sebesar 4,06 dalam kategori (3,82-4,20). Yang dirasakan terendah indikator oleh konsumen Gojek Mahasiswa MPLM 2022 Universitas Negeri Jakarta adalah empati / Keramahan Driver.

Tabel 3.
Analisis Questionary Tampilan Desain Dan Layanan Gojek

No	Tampilan Desain dan Layanan Gojek			
	Sangat Bagus	Bagus	Kurang Bagus	Jelek
Jumlah %	12,5%	87,5%	0%	0%

Tabel di atas dalam pikiran kualitas tampilan desain dan layanan sepeda motor driver online Gojekin Pengguna Mahasiswa MPLM 2022 Universitas Negeri Jakarta dipersepsikan baik, hal ini dapat dilihat pada rata-rata Nilai jawaban responden sebesar 100% dalam kategori Bagus 87,5% dan Sangat Bagus 12,5%

D. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: 1) Hasil uraian kuesioner menunjukkan bahwa kualitas pelayanan *Di gambar* pengemudi ojek *online* Gojek Pengguna mahasiswa MPLM 2022 Universitas Negeri Jakarta dipersepsikan baik. 2) Hasil deskripsi kuesioner menunjukkan kepuasan konsumen Gojek Pengguna mahasiswa MPLM 2022 Universitas Negeri Jakarta dipersepsikan baik.

Hasil penelitian ini menyarankan beberapa temuan yang perlu diperbaiki, antara lain:

1. Hasil analisis deskriptif kuesioner menunjukkan bahwa kualitas pelayanan pada indikator empati memiliki nilai jawaban yang paling kecil. Sehingga diharapkan para pengemudi ojek online driver Gojek khususnya Pengguna mahasiswa MPLM 2022 Universitas Negeri Jakarta dapat menjaga hubungan baik dengan konsumen yaitu aman, nyaman, ramah, sopan dan sampai tujuan dengan tepat.
2. Hasil analisis deskriptif kuesioner menunjukkan bahwa kepuasan konsumen pada indikator minat berkunjung kembali memiliki nilai jawaban terkecil. Sehingga diharapkan para driver ojek online Gojek Pengguna mahasiswa MPLM 2022 Universitas Negeri Jakarta dapat bersikap ramah dan sopan kepada konsumen, misalnya dengan salam, sapa dan terima kasih serta maaf.

REFERENSI

- Daskalaki, Vasiliki V. and Voutsas, Maria C. and Boutsouki, Christina and Hatzithomas, Leonidas, Service Quality, Visitor Satisfaction and Future Behavior in the Museum Sector (January 30, 2020).
- Journal of Tourism, Heritage & Services Marketing (JTHSM), 2020, Vol. 6, No. 1, pp. 3-8, DOI: 10.5281/zenodo.3603167, Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3747772>
- Ghozali, Imam. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Herawati, T. (2019). KEPUASAN KONSUMEN PADA HYPERMARKET KOTA TANGERANG SELATAN. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION*: <https://doi.org/10.37481/sjr.v2i4.96>
- Hong, S. J., Choi, D., & Chae, J. (2020). Exploring different airport users' service quality satisfaction between service providers and air travelers. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 52, <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.101917>
- Karma, K. (2020). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 3(4), 341-350. <https://doi.org/10.37481/sjr.v3i4.230>
- Le, D. N., Nguyen, H. T., & Truong, P. H. (2020). Port logistics service quality and customer satisfaction: Empirical evidence from Vietnam. *The Asian Journal of Shipping and*

Logistics, 36(2), 89-103. <https://doi.org/10.1016/j.ajsl.2019.10.003>

The Journal of Asian Finance, Economics, and Business, 7(8), 395-405.
<https://doi.org/10.13106/jafeb.2020.vol7.no8.395>

Sewaka, M. (2018). ANALISIS KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN JASA LAYANAN INTERNET. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 1(1), 101-110.
<https://doi.org/10.37481/sjr.v1i1.107>

Sugiyono. (2012). Metode Penelitian Bisnis. Bandung: Alfabeta.

Suhaya, S. (2020). Antiseden Keputusan Pembelian Konsumen Tisu Merek Alfamart. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 3(1), 91-100. <https://doi.org/10.37481/sjr.v3i1.119>

Surti, I., & Anggraeni, F. N. (2020). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 3(3), 261-270.
<https://doi.org/10.37481/sjr.v3i3.221>

Methodah, S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Driver Ojek Online Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Gojek Area Tangerang Selatan. *Scientific Journal Of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*, 2(3), 271- 280.
<https://doi.org/10.5281/zenodo.3269357>

NGUYEN, D. T., PHAM, V. T., TRAN, D. M., & PHAM, D. B. T. (2020). Impact of service quality, customer satisfaction and switching costs on customer loyalty.

S Sahara, VK Ladesi, W Hadi, K Verawati - IOP Conference Series: Materials Science and ..., 2021 Ramp check examination evaluation of public transport business 10.1088/1757-899X/1098/2/022069
<https://scholar.google.com/scholar?oi=bibs&cluster=10346803987545390681&btnI=1&hl=id>

S Sahara, D Yuliana - LOGISTIK, 2021.analisis tingkat kepuasan pelanggan dalam penerapan sistem boarding pass di gate keberangkatan terminal terpadu pulo geban.<https://doi.org/10.21009/logistik.v14i1.20507>

S Sahara, SA Azwar - JURPIKAT (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat), 2020.Pelatihan Keselamatan Berkendara Sepeda Motor Dalam Menekan Angka Kecelakaan Lalu Lintas Bagi Siswa SMK di Kota Bekasi.<https://doi.org/10.37339/jurpikat.v1i3.368>

SA Azwar, S Sahara, MH Ginting - International Journal of Research-GRANTHAALAYAH.2022 Intermodal Connectivity At Kampung Rambutan Bus Terminal
<https://scholar.google.com/scholar?oi=bibs&cluster=11582394838432285955&btnI=1&hl=id>

W Hadi, H Rahmayanti, S Sahara, VK Ladesi... - Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Kepada.2022 Sosialisasi Pemahaman Blindspot Pada Kendaraan Dalam Rangka Menekan Angka Kecelakaan Lalu Lintas Bagi Guru dan Siswa SMP Negeri 1 Karang Bahagia, Desa Karang Bahagia, Kecamatan Karang Bahagia, Kabupaten Bekasi, Provinsi Jawa Barat
<https://doi.org/10.21009/snppm.031>

