

Analisis Pelayanan Kepuasan Konsumen pada Bisnis Transportasi

Abdy Chairul Kurniawan, Asra1

Universitas Pelita Bangsa

Jl. Inspeksi Kalimalang No.9, Cibatu, Cikarang Sel., Kabupaten Bekasi, Jawa Barat 17530

✉Corresponding Author

(abdy@pelitabangsa.ac.id)

Abstrak

Observasi awal peneliti di berbagai mitra pelayanan jasa aplikasi gojek. Terlihat banyaknya pelanggan tidak memberikan respons apresiasi pada aplikasi setelah diberikan jasa antar jemput. Hal tersebut menjadi kerugian penilaian kinerja pelayanan mitra terhadap kepuasan konsumen. Seharusnya konsumen memberikan bintang kepuasan berdasarkan tingkat pelayanan yang diberikan mitra. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pelayanan kepuasan konsumen pada bisnis transportasi PT Aplikasi Karya anak bangsa Tangerang. Jenis penelitian ini adalah penelitian gabungan (*mix methods*) dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini menggunakan metode campuran "*Explanatory mixed Methods design*" yaitu metode penelitian kuantitatif dan kualitatif secara berurutan. Hasil dari penelitian ini yaitu Analisis Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bisnis Transportasi PT Aplikasi Karya Anak Bangsa memiliki nilai 82,67 %. Diantaranya terdiri dari 3 indikator yaitu Layanan 93,75 % dengan presentase sangat tinggi, survey kepuasan menunjukkan hasil 76,6 % dengan presentasi sedang, dan analisa konsumen menunjukkan hasil 82 % dengan presentasi tinggi. Sedangkankan dengan metode kualitatif pelayanan yaitu memberikan kenyamanan konsumen dalam penggunaan aplikasi gojek dan pelayanan dalam mengantarkan konsumen di tempat tujuan. kepuasan yaitu dengan memberikan jasa transportasi dengan layanan secara online yang dipesan melalui smartphone, dan Analisa konsumen terlihat yaitu dalam pemberian bintang pada driver.

Kata kunci : *Implementasi, Pelayanan, Kepuasan, Konsumen*

Abstract

Based on the initial observations of researchers at various service partners for the gojek application service. It can be seen that many customers do not give an appreciation response to the application after being given a shuttle service, this becomes a loss in assessing the performance of partner services on customer satisfaction. Consumers should give satisfaction stars based on the level of service provided by partners. The goal can be an increase in partner performance in providing services. This type of research is mixed research using a quantitative approach. This study uses a mixed method "*Explanatory mixed Methods design*", namely quantitative and qualitative research methods sequentially. The results of this study are Service Analysis on Consumer Satisfaction in the Transportation Business of Pt. The Children's Work application has a value of 82.67%. Among them consists of 3 indicators, namely Service 93.75% with a very high percentage, the satisfaction survey shows a 76.6% result with a moderate presentation, and consumer analysis shows a 82% result with a high presentation. Meanwhile, the service qualitative method is to provide consumer convenience in using the go-jek application and services in delivering consumers to their destination. satisfaction, namely by providing transportation services with online services ordered via smartphones, and consumer analysis can be seen, namely in giving stars to drivers.

Keywords: *Implementation, Service, Satisfaction, Consumers*

PENDAHULUAN

Perkembangan zaman yang makin pesat, semakin hari manusia semakin kreatif dan inovatif menciptakan bisnis baru, terutama bisnis yang menyediakan jasa transportasi. Karena manusia pada

zaman sekarang membutuhkan transportasi yang cepat, nyaman, aman dan mudah ditemukan. Di daerah perkotaan seperti kota Makassar yang cukup luas dan penduduknya yang padat, kemacetan sering terjadi dan masyarakat banyak yang menggunakan kendaraan pribadi sehingga memicu kemacetan tersebut. Untuk masyarakat yang menggunakan transportasi umum lebih jenuh ketika menghadapi kemacetan yang terjadi. Transportasi atau pengangkutan merupakan bidang kegiatan yang sangat penting dalam kehidupan masyarakat Indonesia. Dengan menyadari pentingnya peranan transportasi, maka lalu lintas dan angkutan jalan harus ditata dalam suatu sistem transportasi nasional secara terpadu dan mampu mewujudkan ketersediaan jasa transportasi yang sesuai dengan tingkat kebutuhan lalu lintas dan pelayanan angkutan yang tertib, nyaman, cepat, lancar dan berbiaya murah.

Jasa transportasi yang memiliki pelayanan yang cepat dari segi komunikasi untuk pemesanan, sehingga masyarakat lebih memilih jasa tersebut karena cukup mudah dan cepat. Untuk mendapatkan loyalitas para pelanggan perusahaan memiliki strategi pemasaran yang baik dan tepat sehingga mempengaruhi loyalitas pelanggannya. Faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan dalam menggunakan jasa transportasi, diantaranya adalah kualitas pelayanan yang diberikan, kepuasan yang didapatkan dan dirasakan oleh pelanggan, nilai yang difikirkan pelanggan.

Pelayanan yang diberikan memang lebih standar seperti standar keselamatan, etika kesopanan pengemudi dan yang termasuk penting tarif yang sudah baku. Perusahaan ojek online yang sedang meningkat pesat yaitu Gojek, Gojek merupakan perusahaan yang didirikan oleh anak bangsa yang bernama Nadiem Makarim bersama temannya Michaelangelo Moran pada bulan Maret 2004, yang bertujuan untuk mengurangi pengangguran di Indonesia dan menjadi solusi kemacetan di ibukota. Para pelanggan tidak perlu menunggu dipinggir jalan atau mendatangi ke pangkalan ojek. Pemesanan melalui aplikasi Gojek sesuai kebutuhan. Karena efektifitas tujuan perusahaan ini yang bermitra kepada pengemudi Ojek yang berpengalaman semakin baik dan meningkatnya peminat pelanggan sehingga Gojek dikembangkan di kota-kota besar lainnya seperti khususnya daerah JABODETABEK, dan kota-kota lainnya.

PT Aplikasi Karya Anak Bangsa adalah PT yang berperan sebagai induk perusahaan Gojek dan Tokopedia (GoTo). PT Aplikasi Karya Anak Bangsa adalah perusahaan yang bergerak di bidang pelayanan masyarakat. PT Aplikasi Karya Anak Bangsa sebagai induk perusahaan yang menaungi GoTo. Yang merupakan perusahaan merger antara Gojek dan Tokopedia. Gojek dan Tokopedia bergabung sebagai perusahaan teknologi terbesar di Indonesia. Ini menjadikan ekosistem Goto pemenuh kebutuhan sehari-hari. Berdasarkan penelitian sebelumnya kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa transportasi po. wisata komodo, Denpasar yaitu kualitas layanan yang terdiri dari tangible, reliability, responsiveness, assurance dan empathy berpengaruh secara simultan. Wujud fisik, kehandalan, daya tanggap, dan empati yang mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan jaminan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Kehandalan memiliki pengaruh dominan terhadap keputusan konsumen. Berdasarkan observasi awal peneliti di berbagai mitra pelayanan jasa aplikasi gojek. Terlihat banyaknya pelanggan tidak memberikan respons apresiasi pada aplikasi setelah diberikan jasa antar jemput. Sehingga hal tersebut menjadi kerugian pada penilaian kinerja pada pelayanan mitra terhadap kepuasan konsumen. Namun pada seharusnya konsumen diharapkan memberikan bintang kepuasan berdasarkan tingkat pelayanan yang diberikan mitra untuk tujuan dapat menjadi peningkatan kinerja mitra dalam memberikan jasa.

Kualitas memiliki arti yang berbeda-beda tergantung penempatan kosakata yang digunakan atau tergantung istilah apa yang digunakan. Konsep kualitas itu sendiri sering dianggap sebagai ukuran relative suatu produk atau jasa yang terdiri atas kualitas desain dan kualitas kesesuaian. Dalam perspektif TQM (Total Quality Management), kualitas dipandang secara luas, dimana tidak hanya aspek hasil saja yang ditekankan, melainkan juga meliputi proses lingkungan dan manusia. Sebagaimana dikemukakan oleh Gotesch dan Davis bahwa kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi dan melebihi harapan, Basu (2006). Menurut Intan (2010) yang bahwa kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Zethaml dan Bitner (1996) menjelaskan pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan, dengan demikian perusahaan juga mulai memikirkan bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan yang sangat diharapkan oleh konsumen dan akhirnya nanti apa yang diharapkan konsumen sesuai dengan keinginan mereka. Menurut Kotler & Keller (2012) mendefinisikan jasa sebagai setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat intangible (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan sesuatu. Jasa adalah proses yang terdiri atas serangkaian aktivitas intangible yang biasanya terjadi pada interaksi antara pelanggan dan karyawan jasa, yang disediakan sebagai solusi atas masalah pelanggan. Menurut Isyanto (2002), jasa adalah tindakan yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak berakibat pada kepemilikan atas sesuatu. Menurut Stanton pengertian jasa adalah sebagai kegiatan yang didefinisikan secara tersendiri yang pada hakikatnya bersifat tak memiliki wujud (intangible), yang merupakan pemenuhan kebutuhan yang tidak terikat pada penjualan atau jasa lainnya. Jasa merupakan aktivitas menawarkan produk yang tak berwujud namun dapat dirasakan hasilnya. Jadi dapat disimpulkan bahwa jasa adalah tindakan setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh pihak lain. Pada dasarnya bersifat intangible atau tidak berwujud fisik dan tidak mengakibatkan kepemilikan sesuatu. Jasa bisa berkaitan dengan produk fisik atau produk yang dapat dirasakan hasilnya.

Kottler dan Keller (2007) menjelaskan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan (ekspektasi). Konsumen membentuk ekspektasi mereka dari pengalaman sebelumnya, seperti mempertanyakan kepada rekan atau teman yang sudah membeli atau menggunakan produk yang sudah ditawarkan, serta informasi penawaran dari perusahaan tersebut. Apabila perusahaan berekspektasi terlalu tinggi, maka konsumen akan kecewa. Dan sebaliknya apabila ekspektasi yang ditawarkan oleh perusahaan terlalu rendah, maka konsumen tidak akan tertarik dengan produk yang ditawarkan.

Menurut (Dwiastuti, dkk 2012) kepuasan konsumen adalah suatu kondisi dimana kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen terhadap sebuah produk dan jasa, sesuai atau terpenuhi dengan penampilan dari produk dan jasa. Konsumen yang puas akan mengkonsumsi produk tersebut secara terusmenerus, mendorong konsumen akan loyal terhadap suatu produk dan jasa tersebut dan dengan senang hati mempromosikan produk dan jasa tersebut dari mulut ke mulut. Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya, dimana jika kinerja juga gagal dalam memenuhi harapan pelanggan akan merasa tidak puas dan jika kinerja sesuai dengan pemenuhan harapan konsumen, pelanggan akan puas. Artinya, konsumen akan membentuk persepsi yang lebih menyenangkan tentang sebuah produk atau jasa yang sudah dinilai positif oleh konsumen. Kepuasan bisa diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu yang memadai (Tjiptono, 2020).

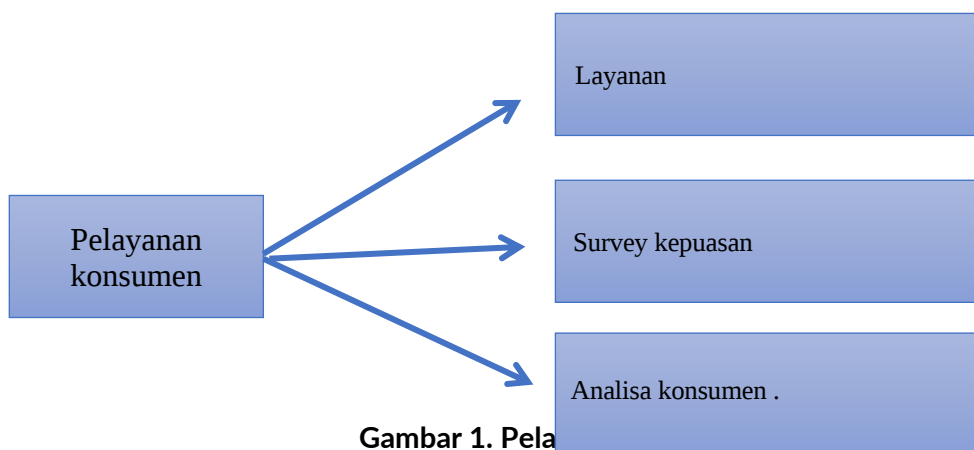
Widiasarana (2007) berpendapat bahwa transportasi adalah kegiatan pemindahan barang (muatan) dan penumpang ke suatu tempat ke tempat lain. Dalam transportasi ada dua unsur yang terpenting yaitu pemindahan/pergerakan (movement) dan secara fisik mengubah tempat dari barang (comoditi) dan penumpang ke tempat lain. Menurut Hasim Purba di dalam bukunya "Hukum Pengangkutan Di Laut" pengangkutan adalah "kegiatan pemindahan orang dan atau barang dari suatu tempat ke tempat lain baik melalui angkutan darat, angkutan perairan maupun angkutan udara dengan menggunakan alat angkutan. Jadi pengangkutan itu berupa suatu wujud kegiatan dengan maksud memindahkan barang-barang atau penumpang (Orang) dari tempat asal ke sesuatu tempat tujuan tertentu". Menurut Soegijatna Tjakranegara (2005), pengangkutan adalah memindahkan barang atau commodity of goods dan penumpang dari suatu tempat ketempat lain, dan perpindahan yang dapat berubah sehingga pengangkut menghasilkan jasa angkutan atau produksi jasa bagi masyarakat yang membutuhkan untuk pemindahan atau pengiriman barang-barangnya.

Rahmawana (2005) berpendapat transportasi dapat diartikan usaha memindahkan, menggerakkan, mengangkut atau mengalihkan suatu tempat ke tempat lain, dimana di tempat lain itu objek tersebut lebih bermanfaat atau dapat berguna untuk tujuan-tujuan tertentu. Menurut Musa dan Setiono (2012), transportasi adalah mengangkut atau membawa suatu barang dari suatu

tempat ke tempat lainnya atau dengan kata lain yaitu merupakan suatu gerakan pemindahan barang-barang atau orang dari suatu tempat ke tempat yang lain. Dapat disimpulkan bahwa transportasi adalah perpindahan manusia atau barang dari satu tempat ke tempat lain dengan menggunakan kendaraan yang digerakkan oleh manusia atau mesin. Transportasi memudahkan manusia dalam melakukan aktivitas sehari-hari dan dapat diartikan menggerakkan mengangkut atau mengalihkan suatu tempat ke tempat lain atau pemindahan manusia atau barang dari satu tempat ke tempat lain secara fisik dalam waktu yang tertentu dengan menggunakan atau digerakkan oleh manusia, hewan atau mesin. Secara umum transportasi dibagi menjadi tiga yaitu transportasi darat, transportasi laut dan transportasi udara. Berdasarkan dari observasi dan wawancara tersebut tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada bisnis transportasi PT aplikasi karya anak bangsa Tangerang.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian gabungan (*mix methods*) dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. menurut Sugiyono (2011) *mix methods* adalah metode penelitian dengan mengkombinasikan antara dua metode penelitian sekaligus, kualitatif dan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2013) metode penelitian kombinasi adalah suatu metode penelitian yang mengkombinasikan atau menggabungkan antara metode kuantitatif dan metode kualitatif untuk digunakan secara bersama-sama dalam suatu kegiatan penelitian, sehingga diperoleh data yang lebih komprehensif, valid, reliabel, dan obyektif. Penelitian ini menggunakan metode campuran "*Explanatory mixed Methods design*". Metode penelitian kombinasi model atau desain *Sequential Explanatory* Sugiyono (2016) adalah metode penelitian kuantitatif dan kualitatif secara berurutan, pada tahap pertama penelitian dilakukan dengan menggunakan tahap kuantitatif dan pada tahap kedua dilakukan dengan metode kualitatif. Dalam penelitian dengan Teknik Pengumpulan Data Kuantitatif yaitu menyebarkan angket kepada pengguna jasa dan pelanggan aplikasi Gojek, dan dengan Teknik pengumpulan data kualitatif yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan pengguna aplikasi gojek di kabupaten Tangerang. Yang terdiri dari mitra dan pengguna aplikasi. Jumlah keseluruhan anak ada 49 orang yang menjadi sampel pada penelitian ini. Deskripsi kajian temuan, yaitu mengkaji Analisis Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bisnis Transportasi Pt. Aplikasi Karya Anak Bangsa Tangerang. Dengan melihat bentuk Pelayanan konsumen dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1. Pela

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan Hasil Temuan Di Lapangan Mengenai Hasil Penelitian Analisis Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bisnis Transportasi Pt. Aplikasi Karya Anak bangsa Yang Terdiri 1). layanan, 2) survey kepuasan, 3) analisa konsumen. Dengan Teknik Pengumpulan Data Kuantitatif yaitu menyebarkan angket kepada pengguna jasa dan pelanggan aplikasi Gojek, dan dengan Teknik pengumpulan data kualitatif yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi. Didapatkan Hasil Sebagai Berikut:

Hasil Kuantitatif

Pelayanan konsumen terdiri dari 3 indikator yaitu layanan 93,75 %, survey kepuasan menunjukkan hasil 76,6 %, analisa konsumen menunjukkan hasil 82 %, Dapat dilihat pada tabel 1 berikut:

Tabel 1 Layanan, Survey Kepuasan Dan Analisis Konsumen.

No	Pelayanan konsumen	No item	Responden	Jumlah	% rata-rata	Keterangan
1	Layanan	1-4	20	375	93,75	Sangat tinggi
2	survey kepuasan	5-9	20	383	76,6	Sedang
3	analisa konsumen	10-11	20	164	82	Tinggi
Skore				82,57		

Tabel di atas dilihat bahwa pada Analisis Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bisnis Transportasi Pt. Aplikasi Karya Anak memiliki nilai 82,67 %. Diantaranya terdiri dari 3 indikator yaitu Layanan 93,75 % dengan presentase sangat tinggi, survey kepuasan menunjukkan hasil 76,6 % dengan presentasi sedang, dan analisa konsumen menunjukkan hasil 82 % dengan presentasi tinggi. Jadi dapat disimpulkan bahwa Analisis Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bisnis Transportasi Pt. Aplikasi Karya Anak menunjukkan hasil sangat baik.

Hasil Kualitatif

a. Layanan

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara pada pelayanan terlihat yaitu memberikan kenyamanan konsumen dalam penggunaan aplikasi gojek dan pelayanan dalam mengantarkan konsumen di tempat tujuan. Jasa juga sudah dilengkapi dengan kendaraan yang layak pakai dan juga memenuhi aturan dalam berkendara. Selain meningkatkan kualitas kerja para drever Gojek juga memiliki lima layanan yaitu goride untuk layanan kendaraan roda dua, gocar untuk layanan taxi online, gosend layanan antar barang, gobox untuk membantu pengiriman dengan skala besar dan aplikasi gojek juga bermitra dengan perusahaan transportasi blue bird.

b. Survey Kepuasan

Bedasarkan hasil observasi dan wawancara pada survey kepuasan terlihat berdasarkan survey yaitu dengan memberikan jasa transportasi dengan layanan secara online yang dipesan melalui smartphone. Hal tersebut dapat memudahkan pelanggan dalam berpergian tanpa harus menunggu angkutan umum dan pelanggan tidak perlu mencari driver cukup dari aplikasi saja, kemudia harga langsung ditetapkan dari aplikasi jadi driver tidak dapat bermain curang, untuk masalah keamanan dalam penggunaan aplikasi gogek sudah terjamin, pelanggan juga dapat membatalkan orderan, untuk penggunaan aplikasi juga telah menentuka petunjuk arah dan juga bisa menggunakan jalan alternative.

c. Analisa konsumen

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara pada Analisa konsumen terlihat yaitu dalam pemberian bintang pada driver, sehingga driver selalu berhati-hati dalam memberika pelayanan pada konsumen. Kepuasan konsumen ditentukan oleh bintang atau rating yang diberikan konsumen setelah diberikan pelayanan. Rating atau bintang sangat mempengaruhi perfoma para driver sebab dengan rating yang baik, driver akan mendapat peluang untuk mendapatkan pelanggan atau penumpang yang lebih besar.

KESIMPULAN

Analisis Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bisnis Transportasi PT. Aplikasi Karya Anak dengan metode kuantitatif memiliki nilai 82,67 %. Diantaranya terdiri dari 3 indikator yaitu Layanan 93,75 % dengan presentase sangat tinggi, survey kepuasan menunjukkan hasil 76,6 % dengan presentasi sedang, dan analisa konsumen menunjukkan hasil 82 % dengan presentasi tinggi. Sedangkankan dengan metode kualitatif pelayanan yaitu memberikan kenyamanan konsumen dalam penggunaan aplikasi gojek dan pelayanan dalam mengantarkan konsumen di tempat tujuan. kepuasan yaitu dengan memberikan jasa transportasi dengan layanan secara online yang dipesan melalui smartphone, dan Analisa konsumen terlihat yaitu dalam pemberian bintang pada driver.

DAFTAR PUSTAKA

- Andoko A, Parjimoha H. 2007. Budidaya Jamur. Jakarta: Agromedia. Anonymous, 2010. Mengungkap Gurahnya Usaha Budi Daya Jamur.
- Basu Swastha dan Irawan, 2006, Manajemen Pemasaran Modern, Liberty, Yogyakarta.
- Intan Ayu, P. (2010). Analisis Pemasaran Jeruk di Kabupaten Bangli. Jurnal Pemasaran Vol 3. Agribisnis Universitas Muhammadiyah Malang.
- Isdiyanto, Dwi Arie. 2002. Analisis Saluran Pemasaran Ayam Kampung (*Gallus domesticus*) Di Jakarta Selatan Propinsi DKI Jakarta [Skripsi]. Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- Kotler Philip, (2002), Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan. Pasaribu, T., Permana D. R., dan Alda E.R., 2002. Aneka Jamur Unggulan Yang Menembus Pasar. Jakarta : PT.Gramedia
- Kotler & Keller (2012) Manajemen mutu terpadu Jakarta :Ghalia Indonesia.
- Widiasarana Indonesia. Rahim, dkk. DRW.2007. Ekonomi Pertanian. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Rahwana, Heri. 2003. Analisis Usahatani Jamur Tiram Putih di Kecamatan Cicurug dan Parung Kuda Kabupaten Sukabumi. [Skripsi]. Bogor : Institut Pertanian Bogor.
- Moleong, J. Lexy. 2010. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: PT Alfabeta
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi*. Bandung: PT Alfabeta Yusuf.
- Zethaml dan Bitner (1996) Service quality dan Satisfaction Edisi ke-4, 125