

Penilaian Terhadap Layanan Jasa Transportasi Online di Indonesia Melalui Gap *Service Quality* dan Dampak pada Kepuasan Konsumen

Eko Wijaya^{1,*}, Dayal Gustopo Setiadjit², Nelly Budiharti³

^{1,2,3}Program Studi Teknik Industri, Program Pascasarjana, Intitut Teknologi Nasional Malang

*E-mail : wijayaeko768@gmail.com

Abstrak

Seiring perkembangan zaman transportasi menjadi kebutuhan yang sangat penting dalam menjalankan roda perekonomian masyarakat, dengan meningkatnya teknologi berbasis online maka semakin bertambah persaingan dibidang transportasi online yang tidak dapat dihindari. Untuk dapat bersaing dengan perusahaan transportasi online lain dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Tujuan dari penelitian ini adalah mengevaluasi kualitas pelayanan PT. Go-Jek Indonesia terhadap konsumen. Berdasarkan hasil penelitian ini menggunakan metode *Service Quality* (dilihat dari *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assuransc, Emphaty*) dengan cara menyebarkan kuisisioner menggunakan google form kepada 400 orang responden diseluruh wilayah pelayanan PT. Go-Jek Indonesia. Hasil dari perhitungan *service quality/gap* tiap dimensi pernyataan yang seluruhnya bernilai negatif, menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan PT. Go-Jek Indonesia belum bisa dikatakan berkualitas atau kualitas layanan belum memenuhi harapan Pelanggan Go-Jek. Kondisi ini menunjukkan masih perlunya perbaikan kualitas layanan yang diberikan PT. Go-Jek Indonesia guna mencapai kualitas layanan yang ideal untuk tetap dapat bersaing dengan kompetitor lainnya.

Kata Kunci: *Kualitas Pelayanan, Service Quality, Transportasi Online.*

Pendahuluan

Transportasi mempunyai peranan sangat penting dalam kehidupan perekonomian masyarakat. Transportasi merupakan perpindahan manusia atau barang dari satu tempat ke tempat lain dengan menggunakan sebuah kendaraan yang digerakkan oleh mesin atau manusia. Transportasi digunakan untuk memudahkan manusia dalam aktivitas ekonomi sehari-hari. Kemajuan yang sangat pesat di bidang teknologi informasi memberikan pengaruh yang besar terhadap berbagai aspek kehidupan manusia. Pengaruh yang paling nyata terlihat pada perubahan mendasar terhadap cara orang melakukan transaksi, terutama dalam dunia bisnis. Salah satu hasil kemajuan teknologi informasi yang berkontribusi besar terhadap perubahan ini adalah internet. Internet adalah suatu jaringan yang dihubungkan dengan alat komunikasi sehingga dapat berinteraksi kapanpun dan dimanapun. Berkembangnya internet dapat merubah perusahaan dalam melakukan transaksi, dari cara lama yang prosesnya mengorbankan waktu dan biaya yang besar menjadi proses yang lebih cepat dan lebih mudah.

Tahun 2010 telah berdiri sebuah perusahaan *start-up* karya anak bangsa sebagai platform pertama di Indonesia bernama PT. Go-Jek Indonesia yang bergerak dibidang jasa penyedia informasi layanan transportasi publik (transportasi roda dua dan roda empat) didirikan oleh Nadiem Karim dan *Michaelangelo Moran*. Perusahaan Go-Jek sebagai perantara menghubungkan antara pengendara ojek dengan pelanggan. Perusahaan Go-Jek meluncurkan aplikasi *mobile* Go-Jek berbasis *location-based search* yang dapat diakses oleh pengguna seluler berbasis Android maupun IOS (Apple) pada Januari 2015. Melalui aplikasi Go-Jek, *driver* dapat melihat order yang masuk dari pelanggan dan lokasi penjemputan, sedangkan pelanggan dapat memantau posisi *driver* gojek yang menerima order.

Semakin berkembang pesatnya industri transportasi, baik industri jasa maupun industri manufaktur menimbulkan persaingan dan menuntut perusahaan untuk semakin meningkatkan kegiatan operasional guna meningkatkan kualitas untuk memenangkan persaingan [1]. Mengingat begitu penting suatu pelayanan dibidang jasa yang akan mempengaruhi kuantitas pelayanan terhadap pelanggan sehingga bisnis dapat terus berjalan. Penilaian kualitas pelayanan sangat penting sehingga dapat membantu bisnis dalam usaha peningkatan kualitas pelayanan yang lebih baik dimasa yang akan datang. Kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa yang dihasilkan dari perbandingan performa produk terhadap ekspektasi pelanggan [2].

Tabel 1. Kualitas Layanan Gojek (GAP)

No	Item	Standart Pelayanan	Aktual Pelayanan
1.	Waktu penjemputan	Lima menit sampai pada <i>customer</i> (layanan <i>go-ride, go-send</i>)	Lebih dari lima menit
2.	Penampilan <i>Driver</i>	Menggunakan jaket resmi Go-Jek, rapi, bersih.	Terkadang tidak menggunakan atribut Go-Jek, tidak rapi dan terlihat kotor
3.	Kondisi kendaraan	Layak jalan seseui dengan standart pabrik dan peraturan lalu lintas	Terkadang kendaraan tidak sesuai dengan standar pabrik
4.	Tata tertib berlalu lintas	Taat dalam berlalu lintas	Terkadang melanggar lampu merah dan berhenti tidak pada tempatnya
5.	Kelengkapan saat mendapatkan pesanan	Membawa helm, masker, penutup kepala, jas hujan.	Tidak memberikan atau menawarkan masker, penutup kepala, serta sering beralasan tidak membawa jas hujan untuk menolak orderan

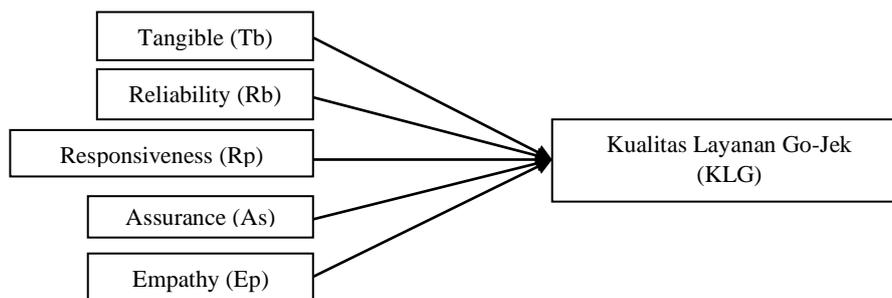
(Sumber : Data pribadi hasil wawancara, 2019)

Berdasarkan Tabel 1 maka diperlukan Fakta yang menjadi dasar peneliti memilih metode *Service Quality (servqual)* yaitu untuk mengetahui *GAP* tingkat kualitas pelayanan yang diberikan gojek terhadap pelanggan dan dimensi, atribut manakah yang akan menjadi prioritas untuk mempertahankan atau meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan pihak Go-jek Indonesia. Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi kualitas layanan PT. Go-Jek Indonesia terhadap pelanggan dilihat dari kelima dimensi *Service Quality*.

Metodologi Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian empiris yang datanya berbentuk angka-angka [3]. Metode Kuantitatif adalah metodologi penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu dan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan dengan menggunakan jenis data ordinal. Berdasarkan peneliti terdahulu menggunakan metode *Service Quality (servqual)* yaitu untuk mengetahui *GAP* tingkat kualitas pelayanan yang diberikan Go-Jek terhadap konsumen dan dimensi, atribut manakah yang akan menjadi prioritas untuk mempertahankan atau meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan pihak Go-jek Indonesia. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi alternatif baru untuk mengevaluasi kualitas layanan PT. Go-Jek Indonesia terhadap konsumen apakah sudah sesuai dengan ekspektasi serta menguji metode *service quality* dalam penerapan terhadap jasa layanan transportasi yang diberikan Oleh PT. Go-Jek di Indonesia melalui persepsi konsumen.

Kerangka berfikir seperti pada Gambar 1 :



Gambar 1. Kerangka Berfikir

Hasil Penelitian

Uji instrumen pada penelitian ini dilakukan dengan uji validitas dan reliabilitas, pengujian ini digunakan untuk memastikan kuisioner yang digunakan untuk mencari data valid dan reliabel. Berikut adalah hasil Uji Instrumen (Validitas dan Reliabilitas) :

Tabel 2. Uji Validitas Instrumen Penelitian Persepsi Untuk *Servqual*

Variabel	Item	Uji Validitas			Keputusan
		Korelasi (r)	r tabel	Sign.(p)	
Tangible	<i>Tangible.1</i>	0.728	0.098	0.000	Valid
	<i>Tangible.2</i>	0.812	0.098	0.000	Valid
	<i>Tangible.3</i>	0.892	0.098	0.000	Valid
Reliability	<i>Reliability.1</i>	0.722	0.098	0.000	Valid
	<i>Reliability.2</i>	0.866	0.098	0.000	Valid
	<i>Reliability.3</i>	0.787	0.098	0.000	Valid
Responsiveness	<i>Responsiveness.1</i>	0.879	0.098	0.000	Valid
	<i>Responsiveness.2</i>	0.873	0.098	0.000	Valid
Assurance	<i>Assurance.1</i>	0.842	0.098	0.000	Valid
	<i>Assurance.2</i>	0.871	0.098	0.000	Valid
	<i>Assurance.3</i>	0.897	0.098	0.000	Valid
Empathy	<i>Empathy.1</i>	0.673	0.098	0.000	Valid
	<i>Empathy.2</i>	0.766	0.098	0.000	Valid
	<i>Empathy.3</i>	0.739	0.098	0.000	Valid
	<i>Empathy.4</i>	0.837	0.098	0.000	Valid
	<i>Empathy.5</i>	0.787	0.098	0.000	Valid
Kepuasan	Kepuasan.1	0.823	0.098	0.000	Valid
	Kepuasan.2	0.833	0.098	0.000	Valid
	Kepuasan.3	0.856	0.098	0.000	Valid
Loyalitas	Loyalitas.1	0.699	0.098	0.000	Valid
	Loyalitas.2	0.765	0.098	0.000	Valid
	Loyalitas.3	0.854	0.098	0.000	Valid

Tabel 3. Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian

Variabel	Alpha Cronbach	Keterangan
<i>Tangible</i>	0.708	Tingkat kehandalan tinggi
<i>Reliability</i>	0.701	Tingkat kehandalan tinggi
<i>Responsiveness</i>	0.697	Tingkat kehandalan tinggi
<i>Assurance</i>	0.837	Tingkat kehandalan sangat tinggi
<i>Empathy</i>	0.811	Tingkat kehandalan sangat tinggi
Kepuasan	0.787	Tingkat kehandalan tinggi
Loyalitas	0.633	Tingkat kehandalan tinggi

Tabel 4. Uji Validitas Instrumen Penelitian Ekspektasi Untuk *Servqual*

Variabel	Item	Uji Validitas			Keputusan
		Korelasi (r)	r tabel	Sign.(p)	
<i>Tangible</i>	<i>Tangible.1</i>	0.800	0.098	0.000	Valid
	<i>Tangible.2</i>	0.857	0.098	0.000	Valid
	<i>Tangible.3</i>	0.836	0.098	0.000	Valid
<i>Reliability</i>	<i>Reliability.1</i>	0.887	0.098	0.000	Valid
	<i>Reliability.2</i>	0.874	0.098	0.000	Valid
	<i>Reliability.3</i>	0.904	0.098	0.000	Valid
<i>Responsiveness</i>	<i>Responsiveness.1</i>	0.943	0.098	0.000	Valid
	<i>Responsiveness.2</i>	0.936	0.098	0.000	Valid
<i>Assurance</i>	<i>Assurance.1</i>	0.888	0.098	0.000	Valid
	<i>Assurance.2</i>	0.879	0.098	0.000	Valid
	<i>Assurance.3</i>	0.897	0.098	0.000	Valid
<i>Empathy</i>	<i>Empathy.1</i>	0.802	0.098	0.000	Valid
	<i>Empathy.2</i>	0.822	0.098	0.000	Valid
	<i>Empathy.3</i>	0.735	0.098	0.000	Valid
	<i>Empathy.4</i>	0.841	0.098	0.000	Valid
	<i>Empathy.5</i>	0.819	0.098	0.000	Valid

Tabel 5. Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian

Variabel	Alpha Cronbach	Keterangan
<i>Tangible</i>	0.743	Tingkat kehandalan tinggi
<i>Reliability</i>	0.860	Tingkat kehandalan sangat tinggi
<i>Responsiveness</i>	0.866	Tingkat kehandalan sangat tinggi
<i>Assurance</i>	0.859	Tingkat kehandalan sangat tinggi
<i>Empathy</i>	0.860	Tingkat kehandalan sangat tinggi

Perhitungan Nilai Uji Servic Quality

Nilai *servqual* didapatkan dari hasil perhitungan kuesioner persepsi dan hasil kuesioner ekspektasi kemudian dari hasil nilai tersebut diolah dengan cara nilai persepsi dikurangi dengan ekspektasi dihasilkan nilai *servqual*.

$$Q = P - E \tag{1}$$

Dimana:

- Q = Kepuasan pelanggan
- P = Persepsi pelanggan
- E = Ekspektasi pelanggan [4].

Jika:

- Ekspektasi > Persepsi : Tidak Berkualitas
- Ekspektasi = Persepsi : Berkualitas
- Ekspektasi < Persepsi : Sangat Berkualitas

Berikut adalah data hasil dari perhitungan nilai *servqual* :

Tabel 6. Perhitungan Nilai *Servqual*

Dimensi (n = 400)	Persepsi	Ekspektasi	<i>Service Quality</i> (Gap)	Keterangan
<i>Tangibles</i> (Bukti Nyata)				
P1	4,22	4,25	-0,02	Tidak Berkualitas
P2	4,29	4,30	-0,01	Tidak Berkualitas
P3	3,54	3,91	-0,37	Tidak Berkualitas
Total	12,06	12,46	-0,40	
Rata – rata	4,02	4,15	-0,13	Tidak Berkualitas
<i>Reliability</i> (Keandalan)				
P1	4,24	4,25	-0,01	Tidak Berkualitas
P2	4,01	4,13	-0,12	Tidak Berkualitas
P3	4,18	4,22	-0,04	Tidak Berkualitas
Total	12,45	12,61	-0,17	
Rata –rata	4,15	4,20	-0,06	Tidak Berkualitas
<i>Responsiveness</i> (Ketanggapan)				
P1	4,06	4,14	-0,08	Tidak Berkualitas
P2	4,04	4,16	-0,12	Tidak Berkualitas
Total	8,11	8,31	-0,25	
Rata – rata	4,06	4,16	-0,08	Tidak Berkualitas
<i>Assurance</i> (Jaminan)				
P1	4,23	4,24	-0,01	Tidak Berkualitas
P2	4,14	4,18	-0,04	Tidak Berkualitas
P3	4,13	4,27	-0,14	Tidak Berkualitas
Total	12,51	12,70	-0,19	
Rata - rata	4,17	4,23	-0,06	Tidak Berkualitas
<i>Emphaty</i> (Empati)				
P1	4,04	4,15	-0,12	Tidak Berkualitas
P2	3,82	4,03	-0,21	Tidak Berkualitas
P3	3,96	4,18	-0,23	Tidak Berkualitas
P4	3,61	4,04	-0,43	Tidak Berkualitas
P5	3,64	3,90	-0,27	Tidak Berkualitas
Total	19,08	20,33	-0,92	
Rata - rata	3,82	4,07	-0,31	Tidak Berkualitas

Keterangan : P = Pertanyaan

Dari Tabel 6. perhitungan nilai *servqual* menunjukkan nilai *servqual* adanya nilai negatif, diperoleh dari hasil nilai persepsi dikurangi dengan ekspektasi. Nilai *servqual* negatif yang berarti pelayanan pada Perusahaan Go-Jek belum memenuhi ekspektasi (harapan) pelanggan terhadap kualitas jasa yang diinginkan.

Tabel 7. Hasil Analisis Gap Pelanggan Go-Jek

Dimensi	Rata – rata nilai persepsi	Rata – rata nilai ekspektasi	Gap
<i>Tangibles</i> (Bukti nyata)	4,02	4,15	-0,13
<i>Reliability</i> (Keandalan)	4,15	4,20	-0,05
<i>Responsiveness</i> (Ketanggapan)	4,06	4,15	-0,09
<i>Assurance</i> (Jaminan)	4,17	4,23	-0,06
<i>Emphaty</i> (Empati)	3,82	4,07	-0,25

Dari Tabel 7. hasil perhitungan *service quality* secara keseluruhan dari tiap dimensi pernyataan bernilai negatif. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan yang diberikan Go-Jek belum bisa memuaskan konsumen atau kualitas layanan belum memenuhi harapan konsumen.

Kesimpulan

Secara keseluruhan dari hasil perhitungan *service quality/gap* tiap dimensi pernyataan yang seluruhnya bernilai negatif, menunjukan bahwa pelayanan yang diberikan PT. Go-Jek Indonesia belum bisa dikatakan berkualitas atau kualitas layanan belum memenuhi harapan Pelanggan Go-Jek. Kondisi ini menunjukan masih perlunya perbaikan kualitas layanan yang diberikan PT. Go-Jek Indonesia guna mencapai kualitas layanan yang ideal untuk tetap dapat bersaing dengan kompetitor lainnya.

Daftar Pustaka

- [1] Ali Hasan, 2013. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*, Jakarta: PT. Buku Seru, hal. 153-180.
- [2] Kotler dan Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13 Jakarta: Erlangga, hal. 665-678.
- [3] Syahrudin dan Salim. 2012. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Citapustaka Media, hal. 74-123.
- [4] Parasuraman, A., Berry, Leonard L, and Zeithaml, Valarie A. 1985. "A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research". *Journal of Marketing*, Vol;. 49, pp. 41-50.
- [5] Tjiptono, Fandy. 2012. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: CV Andi Offset, hal. 257-303.
- [6] Nur Aswawi dan Masyhuri. 2009. *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*, Malang: UIN Malang Press, hal. 297.
- [7] Budiharti, N. 2017. Alternative Model Inventory For Manufacture System Of Soybean Domestic Product (Indonesia). *International Journal of Technology and Sciences (IJTS)*, Vol. 1, No. 1, hal. 163-168.
- [8] Warsana Tri U. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kualitas Layanan Pada Bisnis Jasa Transportasi Gojek. Sumatera Utara: FEBI UIN Sumatera Utara, hal. 13-18.
- [9] Resti Husodho W. 2015. Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Obyek Wisata Dumilah Water Park Madiun. Madiun: IKIP PGRI, Equilibrium, Volume 3, Nomor 2, hal. 176-190.
- [10] Togatoro Rice S. 2018. Analisa Kepuasan Pelanggan Transfortasi Ojek Online Dengan Menggunakan Metode Fuzzy Service Quality, Universitas Sumatra Utara: MIFA USU, hal. 17-22.
- [11] Darsono Wahyu W., Nursanti E., dan Hutabarat J. 2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan Akademi Non-Akademik Cipta Lembaga Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Mahasiswa (Studi Kasus Di Universitas Satya Wiyata Mandala Nabire), *Jurnal Teknologi dan Manajemen Industri*, Vol. 1 No. 2, hal. 28-35.
- [12] Flying Ricky, Sutriyono, dan Vitasari P. 2015. Analisis Peningkatan Kualitas Pelayanan (Studi Kasus: Humas Sekretariat Daerah Kabupaten Puncak Jaya), *Jurnal Teknologi dan Manajemen Industri*, Vol. 1 No. 1, hal. 34-42.