

Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Ojek Online (Grab) Di Kota Parepare

Kurniawan¹, Andi Sulfanita², Hendro Widarto³, Adnan⁴

^{1,2,3,4}Program Studi Teknik Sipil, Universitas Muhammadiyah Parepare, Jl. Jend. Ahmad Yani No.Km. 6, Bukit Harapan, Kec. Soreang, Kota Parepare, Sulawesi Selatan 91112
kurniawanawan504@gmail.com

Abstract

The increasing demand for transportation services has made various transportation service entrepreneurs take various ways to improve their services, including creating online transportation services called online motorcycle taxis. The quality of service to consumers is very determining in measuring the level of customer satisfaction because these things are closely related to each other. This research aims to determine the level of consumer satisfaction with online motorcycle taxi services named Grab based on 5 dimensions of service quality. The method used in this research is quantitative descriptive and is analyzed using the Statistical Package For Social Sciences or SPSS program version 24. The research results show that the customer response to the 5 dimensions of service quality which are tangible, empathy, responsiveness, reliability and assurance is 77.8%. This means the customer are happy to use online motorcycle taxi transportation service from Grab because this value is in the good category.

Keywords: Online transportation, Grab, Customer satisfy, SPSS

Abstrak

Meningkatnya kebutuhan akan jasa transportasi membuat berbagai pengusaha jasa transportasi melakukan berbagai cara untuk meningkatkan pelayanannya, termasuk dengan menciptakan layanan transportasi online yang disebut ojek online. Kualitas pelayanan kepada konsumen sangat menentukan dalam mengukur tingkat kepuasan konsumen karena hal-hal tersebut berkaitan erat satu sama lain. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap layanan ojek online bernama Grab berdasarkan 5 dimensi kualitas layanan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dan dianalisis dengan menggunakan program Statistical Package For Social Sciences atau SPSS versi 24. Hasil penelitian menunjukkan bahwa respon pelanggan terhadap 5 dimensi kualitas pelayanan yaitu nyata, empati, daya tanggap, keandalan dan jaminan adalah 77,8%. Artinya pelanggan senang menggunakan layanan transportasi ojek online dari Grab karena nilai ini termasuk dalam kategori baik..

Kata kunci: Transportasi online, Grab, Kepuasan Pelanggan, SPSS

Copyright (c) 2024 Kurniawan, Andi Sulfanita, Hendro Widarto, Adnan

Corresponding author: Kurniawan

Email Address: kurniawanawan504@gmail.com (Jl. Jend. Ahmad Yani No.Km. 6, Bukit Harapan, Kec. Soreang, Kota Parepare, Sulawesi Selatan 91112)

Received 26 August 2024, Accepted 30 August 2024, Published 9 September 2024

PENDAHULUAN

Transportasi adalah sumber kehidupan pertumbuhan sosial, politik, pembangunan ekonomi, dan mobilitas penduduk. Dunia teknologi semakin canggih seiring kita memasuki periode transformasi digital yang lebih kontemporer. Hal ini dibuktikan dari beberapa aspek layanan yang telah menggunakan media digital dalam strategi pelaksanaannya seperti transportasi online (Wijayanto dkk., 2022). Transportasi online memberikan pilihan transportasi baru untuk kenyamanan masyarakat. Konsumen mendapatkan keuntungan finansial karena relatif lebih murah dibandingkan transportasi umum. Adanya transportasi online membuat masyarakat lebih nyaman karena dapat mengatur sesuai lokasi dan waktu, serta masyarakat tidak perlu menunggu/mencari pangkalan ojek (Resusun dkk., 2019).

Sistem transportasi kota sangat penting dalam membantu kebutuhan mobilitas warga Kota Parepare. Layanan ojek online akhir-akhir ini mampu memenuhi kebutuhan transportasi masyarakat khususnya Grab yang diluncurkan pada awal Agustus 2018. Kehadirannya dianggap membawa manfaat bagi masyarakat seperti memberi klien sistem tunai dan non-tunai yang jelas, dapat diandalkan, mudah digunakan, kemudahan membeli barang dan mengirimkannya secara online hingga yang paling utama menurunkan angka pengangguran di Kota Parepare.

Ketika kebutuhan pelanggan terpenuhi, mereka puas. Artinya pelanggan menilai suatu produk atau jasa berdasarkan atributnya atau produk atau jasa itu sendiri (Nurrahmasari, 2021). Ini adalah tingkat kepuasan yang dimiliki pelanggan setelah kebutuhannya terpenuhi. Tingkat kepuasan pelanggan juga dapat ditentukan oleh kualitas pelayanan. Terdapat Lima elemen yang merupakan faktor penentu kualitas layanan, yaitu berwujud (tangible), ketanggapan (responsiveness), keandalan (reability), jaminan (assurance) dan empati (empathy) (Hadisaputro dkk., 2019). Konsumen akan membangun ekspektasi terhadap kinerja atau pelayanan suatu merek berdasarkan penggunaan merek tersebut atau merek lain dalam kelas produk yang sama (Mushaddiq, 2021).

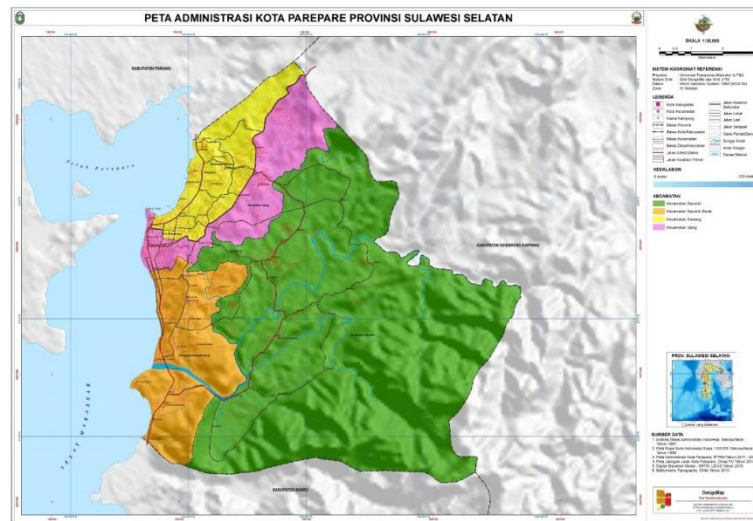
Dengan sistem manajemen data yang intuitif dan fitur analisis statistik yang canggih, SPSS adalah aplikasi yang dapat digunakan dalam lingkungan grafis dengan menu dan kotak dialog yang mudah digunakan. Tugas tertentu mudah diselesaikan dengan menggunakan pointing dan clicking mouse (Febrilia, 2019). Uji validitas sangat penting dalam melakukan penelitian kuantitatif dengan metode pengumpulan data kuesioner. Tujuan dari uji validitas adalah untuk mengetahui apakah kuesioner benar-benar berguna dalam menilai variabel yang diteliti. Korelasi Bevariat Pearson dan korelasi item-total yang dikorelasikan adalah dua rumus atau metodologi utama yang digunakan untuk mengukur validitas (Hanum dkk., 2021).

Artikel terkait menyebutkan berdasarkan kelima variabel tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas layanan Grab dinyatakan “puas” dengan nilai rata-rata 4,11 (Waworundeng dkk., 2022), kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa ojek online muslim di Kota Samarinda (Susanti dkk., 2021) dan transportasi ojek online berbasis aplikasi digunakan di berbagai sektor masyarakat dengan sangat cepat dan tepat sasaran sesuai kebutuhan konsumen (Sa'diyah dkk., 2021). Selain itu kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Grab di Kota Karawang (Nurmala dkk., 2023) serta kualitas layanan berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan dan kepuasan pelanggan berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan secara signifikan (Hermawan dkk., 2019).

METODE

Penelitian ini menggunakan jenis kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif adalah metode memperoleh pengetahuan atau memecahkan masalah secara cermat dan sistematis, dan metode pengumpulan data digunakan untuk melakukan penelitian karena data yang dikumpulkan berbentuk rangkaian atau kumpulan angka (Dari dkk., 2023).

Penelitian ini mengambil lokasi di Kota Parepare, Sulawesi Selatan dan pengambilan data dilakukan pada bulan Juni 2023.



Gambar 1. Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini, pengumpulan data yang digunakan peneliti berupa data primer dan sekunder. Sumber data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner yang mana melibatkan responden dalam menjawab serangkaian pertanyaan tertulis (Saifuddin, 2020). Selain itu juga dilakukan wawancara dan observasi langsung di lapangan. Sementara itu data sekunder berasal dari kepustakaan (library research) dengan mengumpulkan data dari website resmi, media online, majalah dan peneliti terdahulu.

Data yang telah dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner akan diuji dalam upaya mengetahui tingkat validitas dan reliabilitas kuesioner menggunakan metode analisis deskriptif kuantitatif melalui program SPSS atau Statistical Package For Social Sciences versi 24.

Koefisien korelasi untuk uji validitas dapat dihitung dengan menggunakan angka-angka awal dengan menggunakan metode Pearson sebagai berikut (Manuhutu, 2022):

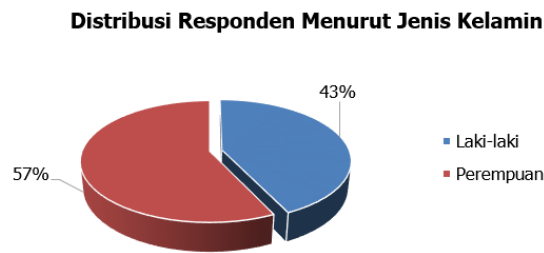
$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{N \sum X^2 - (\sum X)^2} \sqrt{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2}}$$

Berdasarkan rumus diatas, r_{xy} merupakan koefisien korelasi, X merupakan skor item, Y merupakan skor total dan N merupakan banyaknya subjek.

HASIL DAN DISKUSI

Karakteristik Responden

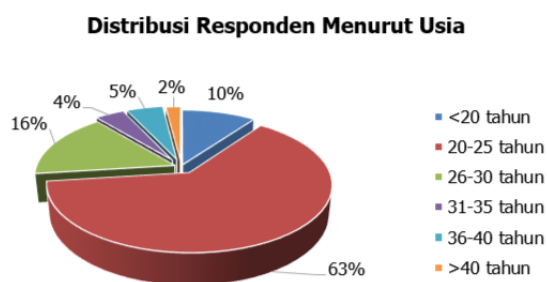
1. Distribusi Responden Menurut Jenis Kelamin



Gambar 2. Persentase Menurut Jenis Kelamin Responden

Gambar 2 menunjukkan bahwa pengguna ojek online (Grab) di dominasi oleh laki-laki dengan presentase sebesar 43%. Tidak terpaat jauh, pengunjung perempuan memiliki presentase sebesar 57%.

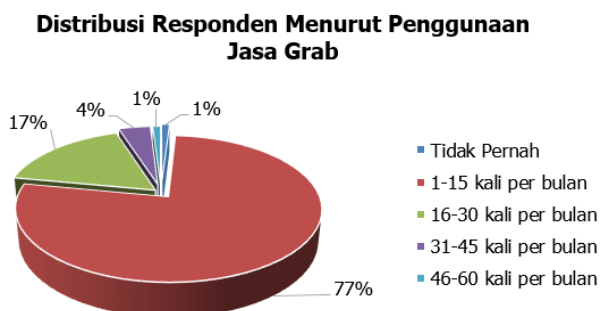
2. Distribusi Responden Menurut Usia



Gambar 3. Persentase Menurut Usia Responden

Gambar 3 menunjukkan bahwa pengguna ojek online (Grab) yang berada pada kategori usia 20 - 25 tahun memiliki tingkat persentase tertinggi yaitu sebesar 63%, usia 26 – 30 tahun sebesar 16%, usia di bawah 20 tahun sebesar 10%, usia 35 – 40 tahun sebesar 5%, usia 31-35 sebesar 4% dan usia di atas 40 sebesar 2%.

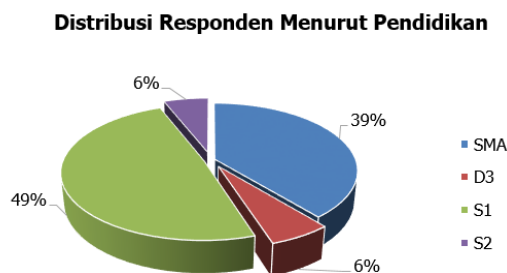
3. Distribusi Responden Menurut Penggunaan Jasa Grab



Gambar 4. Persentase Menurut Pengguna Jasa Grab

Gambar 4 menunjukkan bahwa pengguna jasa ojek online (Grab) yang menggunakan jasa sebanyak 1-15 kali sebesar 77%, 16-30 kali sebesar 17%, 31-45 kali sebesar 4%, 46-60 kali bahkan yang tidak pernah menggunakannya sebesar 1%.

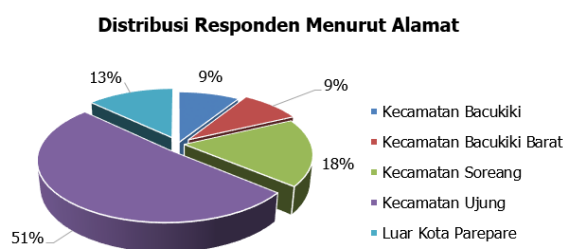
4. Distribusi Responden Menurut Pendidikan



Gambar 5. Persentase Menurut Pendidikan Responden

Gambar 5 menunjukkan bahwa pengguna ojek online (Grab) berpendidikan sebagai S1 sebesar 49%, SMA sebesar 39%, D3 dan S2 sebesar 6%.

5. Distribusi Responden Menurut Alamat



Gambar 6. Persentase Menurut Alamat Responden

Gambar 6 menunjukkan bahwa pengguna ojek online (Grab) berdasarkan alamat tempat tinggal tertinggi berada di Kecamatan Ujung sebesar 51%, Kecamatan Soreang sebesar 18%, Luar Kota Parepare sebesar 13%, Kecamatan Bacukiki dan Kecamatan Bacukiki Barat sebesar 9%.

Analisis Validitas dan Reliabilitas

Tabel 1. Rekapitulasi Validitas

No	Variabel		r_{hitung}	r_{tabel}	Hipotesis	Ket.
1	Kualitas Pelayanan (X1)	X1.1	0,481	0,1966	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
		X1.2	0,578	0,1966	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
		X1.3	0,284	0,1966	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
		X1.4	0,465	0,1966	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
		X1.5	0,537	0,1966	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
		X1.6	0,475	0,1966	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
		X1.7	0,588	0,1966	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
		X1.8	0,523	0,1966	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
		X1.9	0,550	0,1966	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
		X1.10	0,460	0,1966	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
		X1.11	0,476	0,1966	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
2	Harga (X2)	X2.1	0,633	0,1966	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
		X2.2	0,571	0,1966	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
		X2.3	0,686	0,1966	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
3	Loyalitas Pelayanan (X3)	X3.1	0,619	0,1966	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
		X3.2	0,561	0,1966	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

	X3.3	0,672	0,1966	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
--	------	-------	--------	--------------------------	-------

Berdasarkan tabel 1 yakni hasil uji validitas yang dilakukan terhadap item pernyataan variabel kepuasan konsumen, terdapat 17 item pernyataan yang dinyatakan valid karena R hitung lebih besar dari R tabel.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Item Alpha	Cronbach's Alpha	N of Items
Kualitas Pelayanan (X1)	0,803	0,6	11
Harga (X2)	0,732	0,6	3
Loyalitas Pelayanan (X3)	0,786	0,6	3

Dari tabel 2 diperoleh nilai Cronbach's Alpha X1 sebesar $0,803 > 0,6$; nilai Cronbach's Alpha X2 sebesar $0,732 > 0,6$; nilai Cronbach's Alpha X3 sebesar $0,786 > 0,6$ maka dapat disimpulkan bahwa ke-3 variabel reliabel atau konsisten.

Kepuasan Pelanggan Ojek Online Grab

Tabel 3. Rekapitulasi Kepuasan Pelanggan Pengguna Grab di Kota Parepare

No.	Variabel (X)	Tanggapan Responden (%)	Rata-rata (%)	
1	Kualitas Pelayanan (X1)	Bukti Fisik (<i>Tangible</i>)		
		X1.1	84	83,5
		X1.2	83	
		Empati (<i>Empathy</i>)		78,5
		X1.3	80	
		X1.4	77	
		Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)		76
		X1.5	76	
		X1.6	76	
		Kehandalan (<i>Reliability</i>)		77
		X1.7	74	
X1.8	80			
Jaminan (<i>Assurance</i>)		76,7		
X1.9	74			
X1.10	77			
	X1.11	79		

Berdasarkan tabel 3, dimensi bukti fisik (*tangible*) memiliki nilai mean terbesar yaitu sebesar 83,5% berdasarkan variabel kualitas pelayanan, sedangkan mean daya tanggap (*responsiveness*) memiliki nilai mean terendah yaitu sebesar 76% yang juga seringkali berdampak pada kepuasan pelanggan. Karena nilai total respon di bawah rata-rata kelompok, maka dimensi Driving Range masih di bawah standar.

Variabel harga mempunyai nilai rata-rata sebesar 76%. Pelanggan secara umum masih puas dengan nilai ini, namun variabel tetap tidak puas karena nilai total respon lebih rendah dari rata-rata kelompok.

Variabel loyalitas pelanggan mempunyai nilai rata-rata sebesar 77%. Pelanggan umumnya masih puas dengan nilai ini, namun masih kurang karena nilai respon keseluruhan agak lebih rendah dari rata-rata.

KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa rata-rata respon responden terhadap 5 dimensi kualitas pelayanan adalah bukti fisik (*tangible*) sebesar 83,5%, empati (*empathy*) sebesar 78,5%, daya tanggap (*responsiveness*) sebesar 76%, kehandalan (*reliability*) sebesar 77% dan jaminan (*assurance*) sebesar 76,7%. Kondisi ini menunjukkan bahwa responden senang menggunakan layanan transportasi ojek online Grab karena nilai tersebut masuk dalam kategori baik.

REFERENSI

- Dari, W., & Hanayah, E. T. (2023). Analisis Tingkat Kepuasan Pengguna Aplikasi Ojek Online Dengan Metode Naïve Bayes. *Jurnal Sains dan Teknologi*, 2(1), 221-232
- Febrilia, I. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Transportasi Ojek Online Grab. *JRMSI-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 10(1), 204-225.
- Hadisaputro, E. L., Wandu, E., & Hermawansyah, A. (2019). Analisis Kepuasan Pengguna Layanan Aplikasi Gojek Roda Dua Dengan Kerangka Kerja Pieces. In *SENSITif: Seminar Nasional Sistem Informasi dan Teknologi Informasi*, 925-930.
- Hanum, F., Purnama, N. I., & Harahap, S. H. (2021). Analisis Kualitas Pelayanan Dan Promosi Grab Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Yang Menggunakan Grab. *Jurnal AKMAMI (Akuntansi Manajemen Ekonomi)*, 2(3), 528-537.
- Hernawan, E., & Andy, A. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pelanggan Gojek Dan Grab Online Di Jakarta. *Primanomics: Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 17(1), 59-71.
- Manuhutu, L. S. (2022). Pengaruh Transportasi Online Terhadap Kepuasan Konsumen di Kota Ambon. *HIPOTESA – Jurnal Ilmu-ilmu Sosial*, 16(1), 34-45.
- Mushaddiq, M. (2021). Analisis Model Tarikan Perjalanan Menu Pusat Perbelanjaan Modern Di Kota Parepare (Studi Kasus: Sejahtera). *Karajata Engineering*, 1(2), 88-93.
- Nurmala, L., Yusuf, A. S., & Sulaeman, E. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Pelayanan Driver Grab. *Journal on Education*, 5(2), 1950-1957.
- Nurrahmasari, N. (2021). Analisis Model Tarikan Pengunjung Hilal Point Kota Parepare. *Karajata Engineering*, 1(2), 128-135.
- Resusun, A. R., Tumbel, A. L., & Mandagie, Y. (2019). Analisis Perbandingan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Transportasi Online Gojek Dan Grab Pada

Mahasiswa Fakultas Teknik Mesin Unsrat. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 7(4), 6030-6036.

Sa'diyah, C., Aulia, D., & Andharini, S. N. (2021). Analisis Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Ojek Online : Studi Pada Pengguna Grab Bike. *Optimal : Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 15(1), 1-8

Saifuddin, T. (2020). Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Online Grab (Studi Pada Ojek Online Grab Di Lamongan). *JEKMA (Jurnal Ekonomi Mahasiswa)*, 1(1), 1-4.

Susanti, D., Mahrus, M., Pratiwi, A., & Yanti, D. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Jasa Transportasi Ojek Online Muslimah di Kota Samarinda. *Borneo Islamic Finance and Economics Journal*, 1(1), 21-31

Waworundeng, J. M. S., & Sandag, G. (2022). Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan terhadap Layanan Grab dan Gojek di Masa Pandemi Covid-19. *CogITo Smart Journal*, 8(1), 111-121.

Wijayanto, A., & SP, R. D. I. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bisnis Jasa Transportasi Gojek. *Yos Soedarso Economic Journal (YEJ)*, 4(2), 59-83.