



JURNAL MANAJEMEN DAN AKUNTANSI

P-ISSN 2339-0603

E-mail: analisa.journal@untag-banyuwangi.ac.id

ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN PADA PENGGUNAAN OJEK ONLINE DAN OJEK KONVENSIONAL DI KABUPATEN BANYUWANGI

¹⁾Winda Hurotul 'Aini
¹⁾Program Studi Manajemen
Universitas 17 Agustus 1945 Banyuwangi
*Email: winda_hurotul@untag-banyuwangi.ac.id

Abstract: Pada dunia transportasi juga semakin berkembang tentu akan mempermudah masyarakat untuk melakukan kegiatan sehari-hari. Salah satunya yaitu mempermudah seseorang untuk menggunakan jasa transportasi. Cara mereka yaitu dengan memesan jasa ojek online. Hal tersebut di rasa lebih mudah, murah dan nyaman digunakan oleh konsumen. Sebelumnya penggunaan alat transportasi hanya menggunakan ojek konvensional. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur kepuasan konsumen dalam menggunakan ojek online atau jasa ojek konvensional. metode penelitian menggunakan analisis Deskriptif komperatif, sampel yang dipakai sebanyak 5 orang. Tujuan dari penelitian ini untuk melihat sejauh mana kepuasan konsumen dalam menggunakan aplikasi pelayanan ojek online dan ojek konvensional. peneliti akan memanfaatkan data-data kualitatif kemudian dijabarkan secara deskriptif. Peneliti yang dilakukan dengan observasi, wawancara dan studi dokumen untuk mendapatkan data. Teknik analisis data yang sudah berhasil di himpun akan dianalisis secara kualitatif, analisis yang digunakan dengan reduksi data, penafsiran dan interpretasi data. Hasil analisis yang dilakukan beberapa konsumen mengungkapkan bahwa penggunaan ojek online mempermudah dalam penggunaan alat transportasi jika dibandingkan dengan penggunaan ojek konvensional. Penggunaan jasa online memberikan harga yang lebih rasional dengan jarak tempuh yang dituju oleh konsumen sehingga tarif sudah ditentukan di aplikasi tersebut dan tidak ada lagi tawar-menawar. Kemudian dari kualitas pelayanan yang diberikan oleh jasa konsumen kebanyakan mereka suam itu selalu ramah dan tersenyum terhadap konsumen sehingga konsumen menyukai pemggunaan ojek online tersebut. Pada ojek online juga pada event tertentu juga sering memberikan promosi sehingga konsumen kadang sudah hafal dan mengetahui kapan saja promosi itu ada.

Article History

Revised

1 Januari 2024

Keywords

Kepuasan Konsumen,
Ojek Online, Ojek
Konvensional

INTRODUCTION

Di era yang serba digital serta pesatnya perkembangan teknologi seperti saat ini, keberadaan transportasi online tidak bisa dielakkan, apalagi dilarang. Perkembangan teknologi saat ini semakin maju. Pada dunia transportasi juga semakin berkembang tentu akan mempermudah masyarakat untuk melakukan kegiatan sehari-hari. Salah satunya yaitu mempermudah seseorang untuk menggunakan jasa transportasi. Pada saat ini transportasi sangat dibutuhkan, karena transportasi dapat mengefektifkan pekerjaan dan membantu mempersingkat

waktu dalam perjalanan. Transportasi terbagi menjadi 3 bagian yaitu, darat, laut, dan juga udara. Saat ini mayoritas masyarakat lebih dominan menggunakan transportasi darat, sebab transportasi darat sangat membantu aktivitas kita sehari-hari. Alat transportasi darat yang paling populer digunakan masyarakat yang pertama yaitu sepeda motor dan yang kedua adalah mobil. Alasan mobil menjadi alat transportasi yang populer kedua adalah, dengan menggunakan mobil seseorang bisa terhindar dari terik matahari dan terlindungi dari hujan.

Sebelumnya kita harus memanggil ojek ataupun taxi harus ke pangkalan atau memanggil dengan cara meminta nomor tukang ojeknya terlebih dahulu. Sekarang muncul aplikasi ojek online yang memudahkan masyarakat untuk memanggil ojek konvensional maupun taxi tanpa harus pergi ke pangkalan terlebih dahulu. Dengan banyaknya alat transportasi maka konsumen dihadapkan dengan banyaknya pilihan sehingga para pengemudi ojek online harus berebut dengan ojek online yang lain. Masyarakat sudah semakin cerdas karena dalam melakukan aktifitas tidak harus menggunakan kendaraan pribadi sehingga cukup dengan memesan ojek online maka semua masalah dapat teratasi. Saat malam hari ketika ingin beli makanan atau camilan juga dengan mudah dapat memesan melalui ojek online. Beragam transportasi yang bermunculan mengakibatkan

Menurut Oliver (2019) kepuasan adalah tentang bagaimana perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja/hasil yang telah dirasakan dengan harapan, jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja dengan harapan, apabila harapan tidak sesuai dengan harapan maka pelanggan akan kecewa. Menurut Zeithaml, Bitner dan Gremler (2019:87) kualitas layanan menjadi elemen yang dominan dalam evaluasi pelanggan, termasuk ke dalam menentukan kepuasan pelanggan. Pengguna jasa transportasi akan menilai pelayanan dari persepsi pelanggan tentang transportasi (kualitas hasil teknis), bagaimana cara seorang mitra Go-Jek berinteraksi dengan pelanggannya (kualitas interaksi). Kenyamanan, kecepatan dan ketepatan (kualitas lingkungan fisik) akan mempengaruhi persepsi pelanggan secara keseluruhan mengenai kualitas layanan. Menurut Kotler dan Armstrong dalam Gunarsih (2021) harga dapat didefinisikan secara sempit sebagai jumlah uang yang perlu dibayarkan untuk suatu produk atau jasa.

Beberapa masyarakat sudah paham dengan penggunaan ojek online akan tetapi beberapa orang tua belum bisa menggunakan aplikasi tersebut sehingga ketika akan bepergian masih menggunakan ojek konvensional. Ketika kita cermati masih ada beberapa masalah yang harus diperbaiki pada layanan ojek online maupun ojek konvensional sehingga konsumen puas akan layanan penggunaan jasa transportasi tersebut. Hasil wawancara peneliti dengan pengemudi ojek online terkadang ada harga promo sehingga pembayaran yang awalnya jarak tempat A ketempat B Rp. 25.000 karena ada promo maka harus membayar sebesar Rp. 20.000 dan saat itu kondisi hujan maka beberapa ojek online enggan untuk mengambil orderan tersebut, hal tersebut karena antara harganya sudah tidak sesuai dibandingkan dengan jarak dan kondisi hujan tersebut. Pada situasi yang normal aplikasi ojek online ini mengukur jarak yang ada pada *maps* di dalam aplikasi dan menghitung tarif sesuai dengan jarak yang hendak di tempuh. Untuk itu harga merupakan sesuatu yang paling sering menjadi keresahan para penumpang. Sedangkan yang dihadapi oleh konsumen pada ojek konvensional bahwa harga terkadang tidak masuk akal, kemudian pengemudi ojeknya kurang ramah, pelayann kurang baik. Tujuan dari penelitian ini untuk melihat sejauh mana kepuasan konsumen ketika menggunakan jasa pelayanan gojek online dengan pelayanan ojek konvensional.

METODOLOGY

Penelitian ini menggunakan analisis Deskriptif komperatif, sampel yang dipakai sebanyak 5 orang. Tujuan dari penelitian ini untuk melihat sejauh mana kepuasan konsumen dalam menggunakan aplikasi pelayanan ojek online dan ojek konvensional. Peneliti akan memanfaatkan data-data kualitatif kemudian dijabarkan secara deskriptif. Peneliti yang dilakukan dengan observasi, wawancara dan studi dokumen untuk mendapatkan data.

a. Observasi

Menurut Sugiyono (2020:203) Observasi adalah Teknik pengumpulan data dengan mengamati secara langsung objek yang akan diteliti. Mengamati secara langsung peristiwa atau fenomena yang terjadi merupakan fokus penelitian pada Teknik observasi. Seperti melakukan pengamatan secara langsung sebagai pelanggan, mengamati perbandingan harga dari ojek konvensional dengan layanan transportasi online lain.

b. Wawancara

Menurut Sugiyono (2020:114) Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat membangun makna dalam suatu topik tertentu. Wawancara dapat digunakan untuk mengumpulkan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang diteliti dan peneliti ingin mengetahui keterangan informasi yang didapatkan. Wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini pada konsumen yang menggunakan jasa ojek online dan ojek konvensional.

c. Studi dokumen

Menurut Sugiyono (2019:314) Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang telah berlalu baik berupa tulisan, gambar atau karya-karya monumental. Dokumentasi ini merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan juga wawancara pada penelitian. Pada penelitian ini berupa pengumpulan data yang dilakukan dengan mencari dokumen baik berupa catatan, arsip, maupun hal yang berkaitan dengan tujuan penelitian.

Teknik analisis data yang sudah berhasil di himpun akan dianalisis secara kualitatif dengan menerapkan metode berfikir yang bertolak dari fenomena khusus kemudian menarik kesimpulan yang bersifat umum. Analisis data dilakukan setelah seluruh data yang dibutuhkan telah diperoleh semuanya. Untuk melakukan analisis data dibutuhkan tahapan-tahapan sebagai berikut:

- a) Reduksi data yaitu dengan mereduksi data atau merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Setelah data peneliti yang diperoleh terkumpul, proses data reduksi terus dilakukan dengan cara memisahkan catatan antara data yang sesuai dengan data yang tidak sesuai, berarti data itu dipilih-pilih.
- b) Penyajian Data Setelah direduksi, maka langkah yang harus diikuti selanjutnya adalah menampilkan data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagian hubungan antara kategori, dan sejenisnya dengan menggunakan teks yang bersifat naratif.

Interpretasi data Interpretasi data penulis lakukan sebagai tahapan terakhir dari analisis data. Pada interpretasi data ini penulis melakukan penafsiran dan pembahasan terhadap semua informasi yang telah terkumpul sehingga telah diketahui tingkat validitas data.

RESULTS AND DISCUSSION

Kegiatan dan aktifitas sehari-hari dengan mudah dapat dilakukan dengan bantuan adanya ojek online, akan tetapi dari hasil analisis temuan dari peneliti bahwa ojek online yang

sudah dikenal oleh masyarakat yang ada di banyuwangi beberapa mengungkapkan ketika melakukan wawancara bahwa ojek online selalu memberikan pelayanan yang terbaik terhadap konsumen meskipun sesekali ojek online tersebut mengabaikan konsumen dikarenakan kondisi situasi hujan dengan titik jemput yang jauh dan titik antar yang dekat. Wawancara peneliti pada ojek online ketika ditanya puas tidak dengan pelayanan dari ojek online maka akan beberapa konsumen menjawab lumayan puas. Karena memang ada yang pernah mengalami pelayanan yang kurang ramah atau menunggu lumayan lama pada saat pemesanan. Pada ojek online lebih banyak digunakan oleh masyarakat Banyuwangi sekitar 75% sehingga penggunaan pada ojek konvensional lebih sedikit.

Setelah melakukan wawancara dengan beberapa konsumen ojek online mengungkapkan bahwa transportasi online tidak luput dari perdebatan. Beberapa masyarakat memiliki pendapat yang berbeda-beda sehingga terjadi Pro kontra pendapat yang disuarakan lewat berbagai media massa. Kelompok masyarakat yang mendukung adanya ojek online beranggapan bahwa transportasi online menghadirkan terobosan baru yang bisa membuat perubahan dalam dunia transportasi. Khususnya dalam hal kemudahan akses, tarif, kecepatan respon serta dianggap lebih nyaman dan aman. Sedangkan bagi yang kelompok yang mendukung ojek konvensional beranggapan bahwa dengan kehadiran transportasi online akan menimbulkan ketidakadilan, yang mana masih belum ada kebijakan yang mengatur layaknya transportasi konvensional, seperti adanya uji kir, kepemilikan pool, bengkel dan teknisi serta berbadan hukum. Konsumen juga menyampaikan pada saat melakukan wawancara bahwa transportasi konvensional memberikan tarif yang lebih mahal dibandingkan transportasi online Tanpa kewajiban seperti transportasi konvensional diduga menyebabkan tarif transportasi online.

Kehadiran transportasi online selain memberikan kualitas layanannya yang modern dan mengedepankan kepuasan konsumen juga melihat dari kenyamanan yang akan diberikan kepada konsumen. Kenyamanan yang dimaksudkan disini itu tentang kondisi motor yang digunakan oleh pengendara ojek online masih dalam kondisi bagus dan layak. Karena konsumen juga menyampaikan juga bahwa kendaraan yang digunakan oleh para ojek online itu minimal 5 tahun terakhir. Sehingga semua kendaraan yang digunakan masih dalam kondisi baik dan terawat. Konsumen menyampaikan terkait dengan harga yang di tawarkan oleh ojek online relatif lebih murah Kedua transportasi online memiliki kesamaan layanan yang di tawarkan kepada konsumen, juga hampir memiliki kesamaan dengan tarif harga yang bersaing. Pemberian promosi juga sering diberikan pada ojek online. Promosi yang diberikan biasanya pada hari-hari tertentu. Sehingga konsumen yang sudah berlangganan pasti sudah mengetahuinya.

CONCLUSION

Berdasarkan hasil penelitian tentang kepuasan konsumen dalam penggunaan ojek online dan ojek konvensional di banyuwangi dapat disimpulkan:

- a. Tingkat kepuasan konsumen jasa layanan ojek online berada pada kategori tinggi dengan Gojek lebih unggul dibandingkan dengan ojek konvensional
- b. Konsumen merasa nyaman dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh ojek online
- c. Harga yang diberikan oleh ojek online sesuai dengan tarif perjalanan sehingga harga yang diberikan masih rasional
- d. Promosi yang diberikan oleh ojek online lebih banyak

REFERENCES

- Irfan, Andi Muhammad. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Fasilitas Yang Diberikan Kenari Waterpark Bontang Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan." *Al-Infaq: Jurnal Ekonomi Islam* 9.2 (2019): 82-97.
- Jonathan Sarwono, "Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif" (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2017) hlm. 197
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. 15th Edition. Harlow, England: Pearson Education Limited.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Peraturan Menteri Perhubungan Republik Indonesia Nomor PM 118 Tahun 2018 Tentang Penyelenggaraan Angkutan Sewa Khusus. Jakarta. 14 Resusun, Antonius Ricky, Altje
- Tumbel dan Yunita Mandagie. (2019). Analisis Perbandingan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Transportasi Online Gojek dan Grab Pada Mahasiswa Fakultas Teknik Mesin Unsrat. *Jurnal EMBA*. Vol. 7, No. 4. p. 6030-6036.
- Warta konsumen :transportasi online; kawan atau lawan [https://ylki.or.id/2017/07/warta-konsumen-transportasi-online-kawan-atau-lawan.](https://ylki.or.id/2017/07/warta-konsumen-transportasi-online-kawan-atau-lawan/) /
- Diakses 10 mei 2024
- Zikri, Ahmad, and Muhammad Ikhsan Harahap. "Analisis Kualitas Pelayanan Pengiriman Barang terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Pos Indonesia (Persero) Regional I Sumatera." *JIKEM: Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen* 2.1 (2022): 923-9