

MODEL KEPUASAN KONSUMEN ANGKUTAN ONLINE GRAB DI KOTA PALANGKA RAYA

Anisa Widyastuti

Jurusan/Program Studi Teknik Sipil, Fakultas Teknik, Universitas Palangka Raya
Jln. Hendrik Timang, Palangka Raya
e-mail: widyastutianisa84@gmail.com

Ina Elvina

Jurusan/Program Studi Teknik Sipil, Fakultas Teknik, Universitas Palangka Raya
Jln. Hendrik Timang, Palangka Raya
e-mail: inaelvina@eng.upr.ac.id

Desriantomy

Jurusan/Program Studi Teknik Sipil, Fakultas Teknik, Universitas Palangka Raya
Jln. Hendrik Timang, Palangka Raya
e-mail: desriantomy@eng.upr.ac.id

Abstract: *The development of information and communication technology has made transportation technology not only develop on the basis of tradition, but also continue to innovate to enable online-based transportation. One of the transportations that is currently developing in the City of Palangka Raya is the Grab company through the use of the grab application based selling its services including GrabBike, GrabCar and GrabFood. To improve the quality of grab services requires an assessment of consumer satisfaction. then to find out the quality of service a consumer satisfaction survey is needed for Grab users in the city of Palangka Raya with special characteristics, namely people who travel such as work, education and social activities such as markets and shopping centers. In this research stage, 2 sources of data are needed, first, secondary, namely population data, then primary data obtained from surveys conducted online via Google form and analyzed with the SPSS program using the binary logit method. After being analyzed, it was found that the results of the Grab consumer satisfaction model in Palangka Raya City were influenced by convenience, security and service time provided by Grab to its users. With the results of this research, grab can improve services that have not satisfied users or consumers and improve services that are already good enough so that consumers are always satisfied with grab online transportation services provided to their users and make grab a good online transportation company in Palangka Raya City.*

Keywords: *customer satisfaction, binary logit, model, grab*

Abstrak: Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, menjadikan teknologi transportasi tidak hanya berkembang atas dasar tradisi, tetapi juga terus berinovasi untuk memungkinkan transportasi berbasis online. Salah satu transportasi yang sedang berkembang di Kota Palangka Raya adalah perusahaan Grab melalui penggunaan berbasis aplikasi grab menjual jasanya diantaranya berupa GrabBike, GrabCar dan GrabFood. Untuk meningkatkan kualitas layanan grab memerlukan penilaian kepuasan konsumen. kemudian untuk mengetahui Kualitas layanan diperlukan survei kepuasan konsumen terhadap pengguna Grab di kota Palangka Raya dengan karakteristik khusus yaitu masyarakat yang melakukan perjalanan seperti bekerja, Pendidikan dan Sosial seperti Pasar maupun pusat perbelanjaan . Dalam tahapan penelitian ini diperlukan 2 sumber data yang pertama Sekunder yaitu data jumlah penduduk kemudian data primer yang didapat dari survei dilakukan secara online melalui *google form* dan dianalisis dengan program SPSS menggunakan metodely logit binary. Setelah dianalisis kemudian didapatkan hasil model kepuasan konsumen Grab di Kota Palangka Raya di pengaruhi oleh Kenyamanan, Keamanan serta Waktu layanan yang diberikan oleh Grab kepada Penggunanya. Dengan hasil penelitian tersebut grab dapat memperbaiki layanan yang belum memuaskan dari pengguna atau konsumen dan meningkatkan layanan yang sudah cukup baik agar konsumen selalu merasa puas terhadap layanan transportasi online grab yang disediakan untuk para penggunanya dan menjadikan grab sebagai perusahaan transportasi online yang baik di Kota Palangka Raya.

Kata kunci: : Kepuasan Konsumen, logit binary, model, grab

PENDAHULUAN

Grab adalah salah satu perusahaan yang sedang berkembang di Indonesia, dengan mengandalkan sistem internet *Grab* menjual jasanya seperti transportasi berbasis Online *GrabCar* dan *GrabBike*, pengiriman barang dan pengiriman makanan. *Grab* memanfaatkan media elektronik, dengan itu akses untuk pemesanan jasa transportasi menjadi lebih mudah bagi konsumen khususnya yang berada di kota Palangka Raya. *Grab* sebagai penyedia jasa transportasi online terus berinovasi melakukan perkembangan dengan sangat memperhatikan kenyamanan, keamanan serta kepuasan konsumennya.

Konsumen memiliki peran penting dalam keberhasilan Perusahaan mana pun. Kepuasan Konsumen menurut Kotler & Keller adalah bagaimana perasaan seseorang setelah membandingkan kinerjanya dengan harapannya (Kotler & Keller, 2016). Salah satu ukuran keberhasilan suatu perusahaan adalah tujuan konsumennya. Perusahaan yang dapat meningkatkan kepuasan Konsumen akan lebih mudah mengidentifikasi strategi bersaing.

TINJAUAN PUSTAKA

Transportasi

Pergerakan orang atau barang oleh manusia atau mesin dengan menggunakan kendaraan dikenal dengan istilah transportasi. Transportasi digunakan untuk mempermudah kehidupan sehari-hari masyarakat. Kata "transportasi" berasal dari kata Latin "transportus," yang berarti "mengangkat atau membawa." Artinya, transportasi mengangkut sesuatu dari satu lokasi ke lokasi lain (Andriansyah, 2015).

Pengertian Jasa

Pada umumnya, jasa diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan dimana interaksi antara pemberi jasa dan pengguna jasa mempengaruhi hasil jasa tersebut.

Jasa/pelayanan merupakan suatu kinerja penampilan, tidak berwujud dan cepat hilang, lebih dapat dirasakan daripada memiliki, serta pelanggan lebih dapat berpartisipasi aktif dalam proses mengkonsumsi jasa tersebut. Dalam strategi pemasaran, definisi jasa harus diamati

dengan baik, karena pengertiannya sangat berbeda dengan produk berupa barang. Kondisi dan cepat lambatnya pertumbuhan jasa akan sangat tergantung pada penilaian pelanggan terhadap kinerja (penampilan) yang ditawarkan oleh pihak produsen.

Macam-macam jasa sebagai berikut :

1. Barang berwujud murni

Di dalam nya hanya terdiri dari barang berwujud tidak ada jasa yang menyertai produk tersebut, Contohnya : sabun dan pasta gigi.

2. Barang berwujud yang disertai Jasa

Di dalam nya terdiri dari barang yang disertai dengan satu atau lebih jasa untuk mempertinggi daya tarik pelanggan, Contohnya : produsen mobil tidak hanya menjual mobil saja, melainkan juga kualitas dan pelayanan kepada pelanggannya (resparasi, pelayanan pasca jual).

3. Campuran

Di dalam nya terdiri dari barang dan jasa dengan proporsi yang sama, Contohnya : restoran yang harus didukung oleh makanan dan pelayanannya.

4. Jasa Utama yang disertai barang dan jasa tambahan

Di dalam nya terdiri dari jasa utama dengan jasa tambahan dan/atau barang pelengkap, Contohnya penumpang pesawat terbang membeli jasa transportasi.

5. Jasa murni

Di dalam nya hanya terdiri dari jasa, Contohnya jasa psikoterapi.

Ada tiga tahapan konsumsi jasa meliputi : tahap pra pembelian, tahap transaksi interaksi jasa, dan pasca transaksi interaksi jasa. Abstrak harus berupa suatu pernyataan ringkas dari permasalahan, pendekatan, hasil dan kesimpulan dari pekerjaan yang dilakukan.

Ojek Online

Grab merupakan perusahaan jasa angkutan penumpang roda empat dan roda dua dengan menggunakan perangkat mobile aplikasi *online* guna untuk melakukan pemesanan antar jemput penumpang dari tempat yang telah ditentukan pengguna dan diantar sesuai tujuan pesanan pada *Online mobile* tersebut. Aplikasi *Online GrabCar* dan *GrabBike* dalam penggunaannya dikendalikan dengan GPS sebagai alat bantu map atau peta lokasi. Perusahaan *Grab* didirikan oleh Anthony Tan sebagai CEO sekaligus *Founder* dari *Grab*. *Grab* berdiri pada tahun 2012 dan terus berkembang hingga

sekarang. Saat ini *Grab* berkembang dikawasan Asia tenggara, termasuk Indonesia.

Survei Online

Metode survei yang menggunakan media online untuk memperoleh data dari responden dengan cara menyebarkan kuesioner online atau kuesioner disebut sebagai survei online. Survei internet menggunakan media online untuk berkomunikasi tentang proses pengisian dan kuesioner. Strategi ini, boleh dikatakan, merupakan terobosan menarik yang membuat pelaksanaan teknis survei lebih layak.

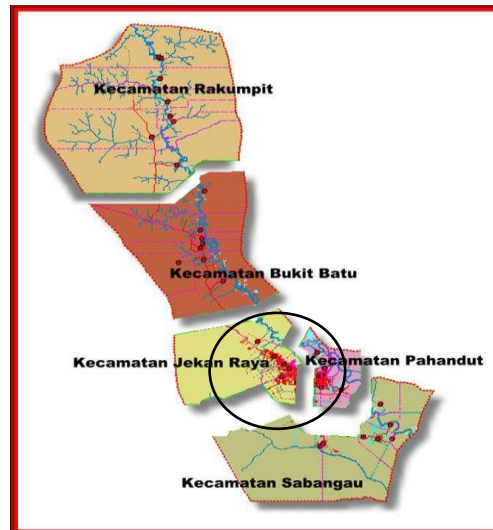
Kepuasan Konsumen

Perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk dengan kinerja yang diharapkan, menurut (Kotler & Keller, 2007). Merupakan kepuasan bagi konsumen yang telah menggunakan layanan tersebut. Sedangkan kepuasan menurut (Valerie A. Zeithaml, Mary Jo Bitner, & Dwayne D. Gremler, 2006), terjadi ketika kebutuhan konsumen terpenuhi, dan konsumenlah yang menilai fitur produk atau jasa atau produk atau jasa itu sendiri. . Karena jika pelanggan senang dengan suatu pelayanan, maka dia akan memberikan review yang positif.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini akan dilakukan di Kota Palangka Raya. Kota Palangka Raya merupakan ibukota Provinsi Kalimantan Tengah. penelitian yang dipilih adalah Kecamatan Jekan Raya. Dengan karakteristik khusus yaitu masyarakat yang menggunakan Grab dengan tujuan rutin seperti : bekerja, bersekolah, serta masyarakat dengan tujuan ke tempat perbelanjaan kepasar atau swalayan

Penelitian dilakukan dengan menggunakan *google form* yang disebar melalui Whatsapp, Instagram dan Facebook.



Gambar 1. Wilayah Penelitian Kecamatan Jekan Raya Kota Palangka Raya

Sumber: Google.Com

Pada penelitian ini menggunakan *smartphone* untuk mengisi *google form* yang dapat diakses beserta dengan alternative pilihannya sehingga data yang dikumpulkan sama, dan tiap responden mendapat pertanyaan yang sama. Kemudian data dianalisis dengan software SPSS.

Dalam pelaksanaan penelitian ini membutuhkan beberapa sumber informasi data yaitu :

1. Data Primer

Data Primer yang didapatkan dengan menyebarkan kuesioner, responden diminta untuk mengisi kuesioner dalam bentuk *google form* yang berisi pertanyaan mengenai kepuasan dalam penggunaan jasa angkutan online Grab di Kota Palangka Raya. dan disebar melalui jejaring social seperti *Whatsapp*, *Instagram* dan *Facebook*.

2. Data sekunder

Data Sekunder ini didapatkan dengan cara mengumpulkan informasi data dari instansi-instansi terkait. Data ini berupa jumlah penduduk kecamatan Jekan Raya kota Palangka Raya.

Populasi

populasi yang digunakan adalah masyarakat umum kecamatan Jekan Raya Kota Palangka Raya yang menggunakan transportasi online Grab untuk keperluan aktivitas sehari-hari seperti bekerja, Pendidikan, maupun social

Sampel

Perhitungan menggunakan rumus Slovin.

$$n = \frac{N}{1 + N^e} \quad (1)$$

Keterangan :

n : Ukuran Sampel

N : Ukuran Populasi

e : Tingkat Ketelitian (95 %)

Identifikasi Variabel

Yaitu proses penentuan variable dan faktor-faktor yang dianggap berpengaruh dalam menentukan suatu kepuasan dalam menggunakan jasan Grab.

a. Kelompok Faktor Karakteristik Perjalanan Variable tujuan perjalanan (*Trip Purpose*)

Secara teoritis tujuan perjalanan mempengaruhi kepuasan konsumen Grab, didalam renanca penelitian ada 3 tujuan perjalanan yang diamati sebagai variable dummy yang diasumsikan mewakili aktivitas yang adadi masyarakat yaitu :

- 1) Bekerja
- 2) Pendidikan
- 3) Social

b. Kelompok Karakteristik si pelaku perjalanan

Variabel Sosial Ekonomi

- 1) Jenis Kelamin diamati sebagai varible dummy yaitu laki-laki dan perepmuan sebagai *base category*.
- 2) Umur responden diamati dengan skala ordinal yaitu (1) umur <20 tahun , (2) 20-40 tahun, (3) >40 tahun.
- 3) Jenis pekerjaan diamati sebagai variable dummy, yaitu PNS, swasta dan Pelajar/mahasiswa. *Base category* nya adalah pekerjaan "lain-lain".

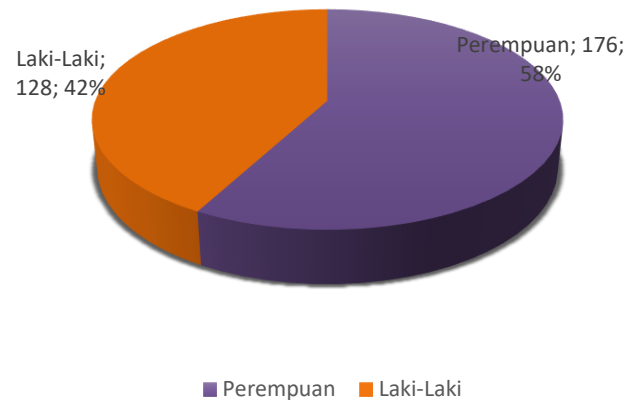
c. Kelompok Karakteristik system transportasi

Variabel tingkat kehandalan Grab (*reability*)

- 1) Keamanan
- 2) Kenyamanan
- 3) Kecepatan
- 4) Harga
- 5) Promosi

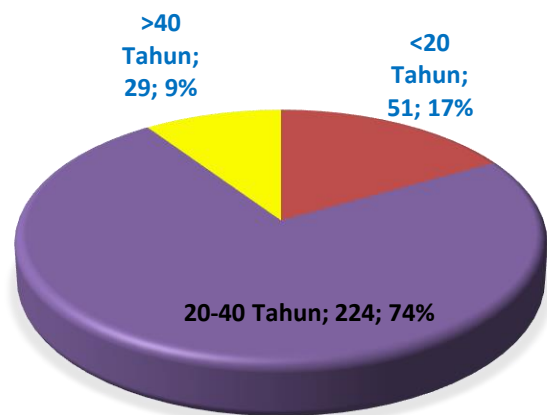
HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Demografi Responden Pengguna Grab di Kota Palangka Raya



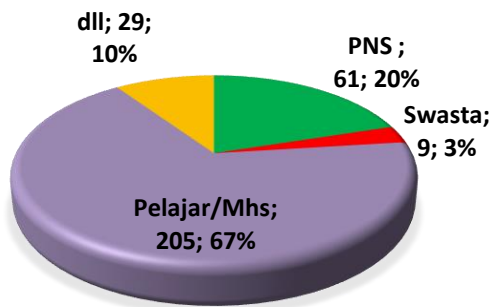
Gambar 2. Gambar Diagram Demografi Jenis Kelamin Responden Pengguna Grab di Kota Palangka Raya

Sumber : Hasil Analisis (2022)



Gambar 3. Gambar Diagram Demografi Umur Responden Pengguna Grab di Kota Palangka Raya

Sumber : Hasil Analisis (2022)

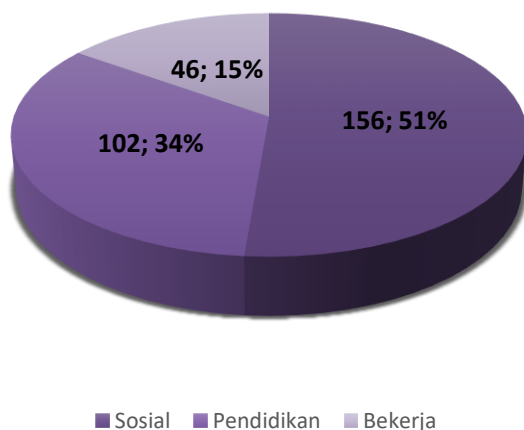


Gambar 4. Diagram Demografi Pekerjaan Responden Pengguna Grab di Kota Palangka Raya

Sumber : Hasil Analisis (2022)

Berdasarkan Gambar 2,3,4 data karakteristik responden pengguna grab di kota palangka raya didapatkan laki-laki 42% perempuan 58% kemudian usia responden <20 tahun 17%, 20-40 tahun 74%, >40 tahun 9%. Dan pekerjaan responden PNS 20%, Swasta 3%, Pelajar/Mahasiswa 67%, dll 10%.

Tujuan Perjalanan

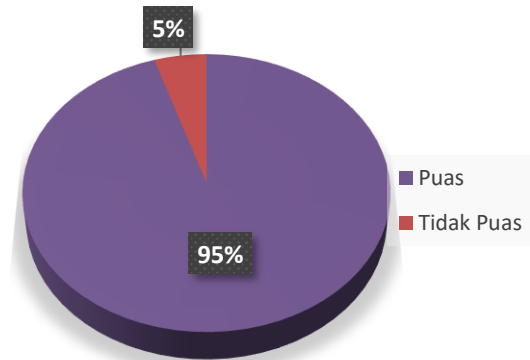


Gambar 5. Diagram Demografi Tujuan Perjalanan Responden Pengguna Grab di Kota Palangka Raya

Sumber : Hasil Analisis (2022)

Berdasarkan Gambar 5 hasil pengisian kuisisioner dengan 304 responden pengguna Grab di kota Palangka Raya. Apabila ditinjau pada tujuan perjalanan didapat adalah Sosial (156%), Pendidikan (102%), Bekerja (46%).

Karakteristik Kepuasan Konsumen Grab di Kota Palangka Raya



Gambar 6. Grafik Karakteristik Kepuasan Konsumen Grab di Kota Palangka Raya

Sumber : Hasil Analisis (2022)

Hasil pada Gambar 6.data yang diperoleh dari kuisisioner online karakteristik kepuasan pengguna Grab di kota Palangka Raya dengan responden sebanyak 304. Berdasarkan jawaban dari 304 responden tersebut diperoleh Kepuasan Grab 95% pengguna Grab Puas dan 5% memilih tidak puas

Factor yang mempengaruhi kepuasan konsumen

Hasil survei terhadap 304 responden pengguna Grab di Kota Palangka Raya. Didapat hasil dari program SPSS factor yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu.

Tabel 1. Hasil Kepuasan Konsumen

Variables not in the Equation				
		Score	df	Sig.
Variables	Kenyamanan	32.862	1	.000
	Keamanan	17.134	1	.000
	Waktu Layanan	80.992	1	.000
Overall Statistics		104.972	3	.000

Sumber : Hasil Analisis (2022)

Maka didapat bahwa factor kepuasan konsumen yaitu keamanan, Kenyamanan, dan Waktu Layanan yang di berikan Grab terhadap konsumen.

Model kepuasan Konsumen Angkutan Online Grab di Kota Palangka Raya

Model Fungsi utilitas (U_{IM}) terbaik yang mengembangkan Berdasarkan model Binary Logistic dengan alternatif 2 pilihan. Dari perhitungan variable signifikan dengan alfa 5% adalah sebagai berikut :

$$U_{IM} = 3,145 (NY) - 2,222 (KMN) + 3,543(WK) \quad (2)$$

Keterangan :

NY = Kenyamanan
KMN = Keamanan
WK = Waktu Layanan

Dari hasil regresi didapatkan nilai *R-square* untuk Cox dan Snell 0,159. Ini berarti bahwa model dapat menjelaskan 15,9% hasil observasi dengan baik secara statistic. Ukuran lainnya berdasarkan *R-square* menurut Nagelkerke adalah 0,491(kemampuan penjelasan 49,1%). Jika dilihat dari nilai *chic-square* (0,239), uji Hosmer dan Lameshow (*Godness of Fit*) menunjukkan hasil yang tidak signifikan (0,625) sehingga peluang prediksa model dapat dinyatakan tidak berbeda nyata dengan peluang hasil observasi.

Peluang Pilihan tidak puas ($P_{\text{tidak puas}}^{IM}$) sebagai pilihan dengan persamaan sebagai berikut :

$$P_{\text{tidak Puas}}^{IM} = \frac{1}{1+e^{-U_{IM}}} \quad (3)$$

$$P_{\text{tidak Puas}}^{IM} = \frac{1}{1+e^{-(3,145(NY)-2,222(KMN)+3,543(WK))}} \quad (4)$$

dan Peluang Pilihan Puas

$$P_{\text{Puas}}^{IM} = 1 - P_{\text{tidak Puas}}^{IM} \quad (5)$$

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis kepuasan konsumen angkutan online grab di dapatkan bahwa kepuasan masyarakat kota palangka raya terkhusus kecamatan jekan raya terhadap kinerja Grab yaitu sebesar 95% Puas kemudian sisanya sebanyak 5% tidak puas.

SARAN

Untuk Grab sebaiknya agar dapat selalu memperhatikan keselamatan, kenyamanan, serta Waktu Layanan terhadap penggunaannya. dari segi harga sebaiknya dapat diperhatikan dan disesuaikan dengan kualitas layanan yang diberikan, dan perlu menambahkan promosi atau discount terhadap konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, S. N. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Transportasi Online Di Kota Malang. *Volume: 7, Nomor: 1, 7, 1-5.*
- Badan Pusat Statistik Kota Palangka Raya. (2017). <https://palangkakota.bps.go.id/statictable/2019/03/06/197/luaswilayah-jumlah-penduduk-dan-kepadatan-penduduk-kota-palangka-raya-menurut-kecamatan-2013-2017.html> (Diupdate 06 maret 2019).
- Indrasari, D. M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Jeslin, J. (2021). Analisis Kepuasan Pengguna Terhadap Aplikasi Grab Dari Perspektif Masyarakat Non-Driver Menggunakan Information System *Success Model* (Doctoral Dissertation, UNAMA).

- Lee, C. (2020). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Grab Di Kota Batam. *Khazanah Ilmu Berazam*, 3(3),615-625.
- Miro, F . (2005). Perencanaan Transportasi. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Pradnyana, I. B. P., & Suryanata, I. G. N. P. (2021). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Brand Image Grab Dengan Kepuasan Konsumen. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 10(1), 82.
- Tamin, O. Z. (1997). Perencanaan dan Pemodelan Transportasi. Bandung, Penerbit ITB.
- Tamin, O. Z. (2000). Perencanaan dan Pemodelan Transportasi. Bandung : Penerbit ITB.