

ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN GOJEK MELALUI PROMOSI DI INSTAGRAM

Sawi Sujarwo¹, Putri Yonada²

^{1,2)} Program Studi psikologi, Fakultas Sosial Humaniora , Universitas Bina Darma
e-mail: putriyonadaaa@gmail.com

Abstrak

Gojek merupakan perusahaan berjiwa sosial yang memimpin revolusi industri transportasi ojek. Gojek bermitra dengan para pengendara ojek, Gojek menjadi solusi utama dalam mengirimkan barang, pesan antar makanan, berbelanja dan berpergian ditengah kemacetan. sering muncul terhadap kualitas pelayanan Gojek adalah masih ditemukannya pengemudi mengendarai sepeda motor dengan kecepatan yang tinggi. Terkadang driver juga tidak memberikan uang kembalian jika kedapatan selisih argo Rp 1000-5000, masalah lain yaitu kondisi keadaan Helm untuk pelanggan seringkali tidak terawat dan kotor, selain itu estimasi kedatangan driver tidak sesuai dengan aplikasi Gojek. metode yang digunakan yaitu menggunakan metode survei dengan menggunakan kuesioner, kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan menyerahkan atau mengirimkan daftar pertanyaan untuk diisi sendiri oleh responden. hasil data mengenai kepuasan pelanggan dapat ditarik kesimpulan bahwa pelanggan Gojek memiliki kepuasan kerja yang cukup baik dilihat dari dimensi kepuasan yang terdiri dari dimensi kualitas aplikasi, kualitas pelayanan, dan harga.

Kata kunci: Gojek, Analisis Kepuasan, Pelanggan Gojek, Promosi

Abstract

Gojek is a social enterprise that leads the revolution of the ojek transportation industry. Gojek partners with motorcycle taxi drivers, Gojek is the main solution in delivering goods, food delivery, shopping and traveling in the midst of traffic. often arises against Gojek's service quality is that drivers are still found driving motorbikes at high speeds. Sometimes drivers also do not give change if they are found to have a difference in the meter of Rp. 1000-5000, another problem is that the condition of the Helmet condition for customers is often unkempt and dirty, besides that the estimated arrival of the driver is not in accordance with the Gojek application. the method used is using a survey method using a questionnaire, a questionnaire is a data collection technique by submitting or sending a list of questions to be filled in by the respondent himself. the results of the data regarding customer satisfaction can be concluded that Gojek customers have quite good job satisfaction seen from the dimensions of satisfaction consisting of the dimensions of application quality, service quality, and price.

Keywords: Gojek, Analisis Kepuasan, Pelanggan Gojek, Promosi

PENDAHULUAN

PT Gojek Indonesia merupakan layanan pemesanan ojek melalui aplikasi mobile. Aplikasi ini dapat di unduh di Apple Store maupun Play Store dan merupakan karya putra bangsa, Gojek adalah perusahaan berjiwa sosial yang memimpin revolusi industri transportasi ojek. Gojek bermitra dengan para pengendara ojek, Gojek menjadi solusi utama dalam mengirimkan barang, pesan antar makanan, berbelanja dan berpergian ditengah kemacetan. Gojek adalah Aplikasi karya anak Bangsa satu ini merupakan layanan pemesanan ojek melalui aplikasi mobile.

Perusahaan ini terdapat tiga bagian yaitu, *sales*, *ops* (administrasi) dan *consumer engagement associate* (pemasaran). Pada bagian *consumer engagement associate* ini penulis ingin mengobservasi dan wawancara mengenai tingkat kepuasan pelanggan. Perkembangan dibidang teknologi dan informasi saat ini turut berperan serta dalam perkembangan transportasi. Saat ini masyarakat semakin sering untuk memanfaatkan teknologi didalam kehidupan sehari-harinya. Dengan adanya sistem transportasi berbasis online membuat pola kegiatan transportasi masyarakat menjadi berubah. Masyarakat modern memanfaatkan gadget mereka untuk membantu kegiatan perjalanan yang mereka lakukan. Misalnya dengan melakukan pemesanan melalui aplikasi online terhadap transportasi yang berbasis aplikasi. Peristiwa tersebut sudah menjadi sesuatu yang sering kita jumpai seperti di kota-kota besar termasuk di kota Tangerang.

Salah satu perusahaan yang berkembang saat ini dengan menggunakan sistem aplikasi online adalah Gojek. Gojek menyediakan berbagai kemudahan bagi pelanggannya dengan banyaknya produk jasa yang ditawarkannya. Untuk meningkatkan jumlah pengguna jasanya dan memberikan kepuasan kepada pelanggannya maka Gojek perlu memperhatikan faktor layanan berkualitas dan harga yang sesuai dengan manfaat, mengingat banyaknya pesaing yang sejenis seperti Grab yang juga menggunakan aplikasi online.

Masalah yang sering muncul terhadap kualitas pelayanan Gojek adalah masih ditemukannya pengemudi mengendarai sepeda motor dengan kecepatan yang tinggi. Terkadang driver juga tidak memberikan uang kembalian jika kedatangan selisih argo Rp 1000-5000, masalah lain yaitu kondisi keadaan Helm untuk pelanggan seringkali tidak terawat dan kotor, selain itu estimasi kedatangan driver tidak sesuai dengan aplikasi Gojek. Kurang baiknya pelayanan yang diberikan maka itu akan membuat pelanggan tidak puas dan meyakinkan orang lain untuk pergi ke penyedia lain.

Selain kualitas pelayanan Faktor harga juga sangat mempengaruhi keputusan pengguna jasa, GO-JEK sebagai perusahaan jasa seringkali memasang tarif Gojek yang sering berubah-ubah sementara peningkatan pelayanan masih belum optimal.

Adanya ketidakpuasan pada pelanggan berdampak negatif pada penurunan loyalitas pengguna Jasa. Jika pengguna gojek merasa tidak puas, loyalitas tidak akan ditetapkan untuk menggunakan layanan gojek, sehingga mengakibatkan pelanggan akan beralih ke perusahaan sejenis.

Tujuan pengabdian ini yaitu untuk melihat Tingkat kepuasan pelanggan PT. GOJEK INDONESIA di Palembang melalui instagram

METODE

Metode yang digunakan yaitu metode yaitu metode survei dengan menggunakan kuesioner, kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan menyerahkan atau mengirimkan daftar pertanyaan untuk diisi sendiri oleh responden (konsumen) atau dengan panduan pengisian kuesioner atau pendampingan petugas yang telah ditunjuk, namun tidak mempengaruhi objektivitas penilaian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada pertemuan minggu pertama (14 Agustus 2023) hingga minggu ke sebelas (30 Oktober 2023) kegiatan dimulai dengan membuat konsep video konten tentang *GoFood* kemudian video konten tentang *GoRide & GoCar*. Membuat konsep video membutuhkan waktu hingga 1 jam lamanya. Dalam proses membuat konsep inilah harus dilakukan dengan benar dan membuat konsep yang semenarik mungkin agar menarik perhatian konsumen/pelanggan. Jika konsep video dibuat dengan bagus maka akan menghasilkan sebuah video konten yang bagus dan baik pula.

Setelah membuat konsep video yang menarik maka dilanjutkan dengan proses melakukan pengambilan video dan membuat konten. Proses pengambilan video ini membutuhkan kamera yang jernih agar menghasilkan kualitas video yang bagus. Jika kualitas video bagus maka akan semakin menarik untuk ditonton oleh para pelanggan. selain itu juga proses pengambilan video harus menggunakan teknik pengambilan yang benar, seperti pengambilan video tidak boleh goyang atau harus stabil agar menghasilkan video yang bagus.

Kemudian proses pengeditan video konten dan posting video konten di *social media*. Pada tahapan ini proses pengeditan video harus di edit dengan sebagus mungkin. Contohnya menambahkan animasi yang menarik pada video, memberikan gaya tulisan yang kreatif pada video, menambahkan *background* yang sesuai dengan isi konten video. Jika proses pengeditan selesai maka bisa langsung *upload* di *social media* untuk menarik para konsumen.

Pada pertemuan minggu ke empat (13 November 2023) dan minggu ke lima (20 November 2023) melakukan tahapan atau proses yang sama dengan minggu pertama hingga minggu ketiga. Yang membedakannya jika di minggu pertama hingga ketiga membuat video konten tentang *GoFood*, sementara minggu keempat dan kelima membuat video konten tentang *GoRide & GoCar*. Dan yang terakhir minggu keenam, barulah melakukan survei dengan menyebarkan pertanyaan-pertanyaan atau kuesioner untuk ke konsumen.

Dalam penelitian ini responden diminta untuk mengisi angket (kuesioner). Angket (kuesioner) berisi pernyataan-pernyataan mengenai kepuasan konsumen dalam penggunaan jasa Gojek di Kota Palembang. Penelitian ini diukur menggunakan skala Likert dengan skala 1-4 dengan alternatif jawaban diberi nilai numerik sebagai berikut: 1 = sangat tidak setuju; 2 = tidak setuju; 3 = setuju; dan 4 = sangat setuju

Kuesioner kepuasan konsumen Gojek ini dibuat dalam lembaran kertas dan disebarakan kepada pelanggan Gojek yang ada di instagram Gojek Palembang orang sebagai sampel dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil observasi dan survey pada pelanggan yang menggunakan aplikasi Gojek, didapat hasil berupa kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan terdiri dari tiga indikator yaitu kualitas pelayanan, kualitas aplikasi dan harga.

Indikator dari kualitas aplikasi adalah kepuasan pelanggan yang merujuk pada penilaian pelanggan terhadap aplikasi yang diberikan oleh suatu Perusahaan. Pada tanggapan responden tentang Aplikasi ojek online Gojek mudah dimengerti sebanyak 75 responden menyatakan bahwa 58 responden (77,3%) memilih sangat puas, kemudian 13 responden (17,3%) memilih puas, 3 responden (4%) memilih tidak puas dan 1 responden (1,3 %) memilih sangat tidak puas. Sehingga dapat di simpulkan bahwa pada layanan Gojek menyediakan aplikasi yang mudah dimengerti. Selanjutnya indikator aplikasi ojek online gojek mudah digunakan Pada tanggapan responden tentang Aplikasi ojek online Gojek mudah dimengerti sebanyak 75 responden menyatakan bahwa 55 responden (73,3%) memilih sangat puas, kemudian 14 responden (18,6%) memilih puas, 4 responden (5,3%) memilih tidak puas dan 2 responden (2,6 %) memilih sangat tidak puas. Sehingga dapat di simpulkan bahwa pada layanan Gojek menyediakan aplikasi yang mudah digunakan. Aplikasi gojek tidak sering error Pada tanggapan responden tentang Aplikasi ojek online Gojek mudah dimengerti sebanyak 75 responden menyatakan bahwa 37 responden (49,3%) memilih sangat puas, kemudian 26 responden (34,6%) memilih puas, 11 responden (14,6%) memilih tidak puas dan 1 responden (1,3 %) memilih sangat tidak puas. dapat di simpulkan bahwa pada layanan Gojek menyediakan aplikasi yang tidak sering terjadinya error. Dilanjutkan dengan mudah tidak memesan ojek menggunakan aplikasi ojek online di gojek Pada tanggapan responden tentang Aplikasi ojek online Gojek mudah dimengerti sebanyak 75 responden menyatakan bahwa 56 responden (74,6%) memilih sangat puas, kemudian 16 responden (21,3%) memilih puas, 1 responden (1,3%) memilih tidak puas dan 2 responden (2,6 %) memilih sangat tidak puas. simpulkan bahwa pada layanan Gojek mudah dalam memesan ojek di aplikasi Gojek.

Tidak dibutuhkan banyak usaha dalam menggunakan aplikasi gojek Pada tanggapan responden tentang Aplikasi ojek online Gojek mudah dimengerti sebanyak 75 responden menyatakan bahwa 50 responden (66,6%) memilih sangat puas, kemudian 21 responden (28%) memilih puas, 2 responden (2,6%) memilih tidak puas dan 2 responden (2,6%) memilih sangat tidak puas. bahwa pada layanan Gojek menyediakan aplikasi yang tidak butuh banyak usaha dalam menggunakan aplikasi Gojek.

Indikator dari kualitas pelayanan adalah kepuasan terhadap kepuasan pelanggan yang merujuk pada penilaian pelanggan terhadap layanan yang diberikan oleh suatu perusahaan. Driver Gojek sangat cepat merespon permintaan pelayanan pelanggan Pada tanggapan responden tentang Aplikasi ojek online Gojek mudah dimengerti sebanyak 75 responden menyatakan bahwa 43 responden (57,3%) memilih sangat puas, kemudian 27 responden (36%) memilih puas, 4 responden (5,3%) memilih tidak puas dan 1 responden (1,3 %) memilih sangat tidak puas. pada layanan Gojek memiliki driver yang sangat cepat dalam melayani pelanggan.

Bertransportasi dengan menggunakan gojek cepat sampai di lokasi tujuan yang diinginkan tanggapan responden tentang Aplikasi ojek online Gojek mudah dimengerti sebanyak 75 responden menyatakan bahwa 44 responden (58,6%) memilih sangat puas, kemudian 24 responden (32%) memilih puas, 4 responden (5,3%) memilih tidak puas dan 2 responden (2,6 %) memilih sangat tidak puas. pada layanan Gojek cepat sampai lokasi tujuan yang diinginkan. Penjemputan dari driver gojek cepat Pada tanggapan responden tentang Aplikasi ojek online Gojek mudah dimengerti sebanyak 75 responden menyatakan bahwa 41 responden (54,6%) memilih sangat puas, kemudian 30 responden (40%) memilih puas, 2 responden (2,6%) memilih tidak puas dan 2 responden (2,6 %) memilih sangat tidak puas. pada layanan Gojek menjemput pelanggan dengan cepat. Driver Gojek selalu berkelakuan baik dan bersikap sopan terhadap *customer* Pada tanggapan responden tentang Aplikasi ojek online Gojek mudah dimengerti sebanyak 75 responden menyatakan bahwa 42 responden (56%) memilih sangat puas, kemudian 28 responden (37,3%) memilih puas, 2 responden (2,6%) memilih tidak puas dan 3 responden (4%) memilih sangat tidak puas. 42 responden menyatakan sangat puas. Sehingga dapat di simpulkan bahwa pada layanan Gojek memiliki driver yang baik dan sopan terhadap pelanggan. Driver Gojek selalu menawarkan jas hujan ketika cuaca sedang hujan Pada tanggapan responden tentang Aplikasi ojek online Gojek mudah dimengerti sebanyak 75 responden menyatakan bahwa 34 responden (45,3%) memilih sangat puas, kemudian 32 responden (42,6%) memilih puas dan

9 responden (12%) memilih tidak puas. Maka kesimpulan pada tanggapan responden tentang driver Gojek selalu menawarkan jas hujan ketika cuaca sedang hujan yaitu sebanyak 34 responden menyatakan sangat puas. Indikator harga Harga lebih rendah dari aplikasi lainnya Pada tanggapan responden tentang Aplikasi ojek online Gojek mudah dimengerti sebanyak 75 responden menyatakan bahwa 31 responden (41,3%) memilih sangat puas, kemudian 25 responden (33,3%) memilih puas, 16 responden (21,3%) memilih tidak puas dan 3 responden (4%) memilih sangat tidak puas. Maka kesimpulan pada tanggapan responden tentang harga lebih rendah dari aplikasi lainnya yaitu sebanyak 31 responden menyatakan sangat puas. Harga terjangkau Pada tanggapan responden tentang Aplikasi ojek online Gojek mudah dimengerti sebanyak 75 responden menyatakan bahwa 38 responden (50,6%) memilih sangat puas, kemudian 32 responden (42,6%) memilih puas, 3 responden (4%) memilih tidak puas dan 2 responden (2,6%) memilih sangat tidak puas. Maka kesimpulan pada tanggapan responden tentang harga sesuai dengan kualitas yaitu sebanyak 38 responden menyatakan sangat puas. Harga lebih rendah dari pesaing Pada tanggapan responden tentang Aplikasi ojek online Gojek mudah dimengerti sebanyak 75 responden menyatakan bahwa 33 responden (44%) memilih sangat puas, kemudian 22 responden (29,3%) memilih puas, 17 responden (22,6%) memilih tidak puas dan 3 responden (4%) memilih sangat tidak puas. Maka kesimpulan pada tanggapan responden tentang harga lebih rendah dari pesaing yaitu sebanyak 33 responden menyatakan sangat puas. Harga sesuai dengan manfaat Pada tanggapan responden tentang Aplikasi ojek online Gojek mudah dimengerti sebanyak 75 responden menyatakan bahwa 40 responden (53,3%) memilih sangat puas, kemudian 30 responden (40%) memilih puas, 3 responden (4%) memilih tidak puas dan 2 responden (2,6%) memilih sangat tidak puas. Maka kesimpulan pada tanggapan responden tentang harga sesuai manfaat yaitu sebanyak 40 responden menyatakan sangat puas.

berdasarkan hasil analisis data yang telah di jabarkan di atas, maka dapat di ketahui Kepuasan pelanggan pada pelanggan Gojek. Hal ini dapat di lihat pada tanggapan Rekapitulasi tanggapan Responden. Kepuasan pelanggan Merupakan hasil yang di rasakan oleh pelanggan dari hasil kinerja perusahaan. Ketika Hasil dari perusahaan tersebut baik maka Kepuasan Pelanggan yang di dapatkan juga tentu nya kan bagus juga, jadi jika perusahaan mempunyai harapan agar kepuasan pelanggan tetap baik maka harus di pastikan agar harga, kualitas Aplikasi dan Kualitas Pelayanan juga di perbaiki lebih baik lagi.

Dari hasil rekapitulasi pendapat konsumen tentang kepuasan konsumen terdapat jumlah skor tertinggi dan terendah. Skor tertinggi yaitu pada item kuesioner Aplikasi ojek online Gojek mudah dimengerti, artinya aplikasi yang di berikan oleh pihak perusahaan Gojek sesuai dengan harapan konsumen, maksud nya aplikasi Gojek tidak membuat para konsumen merasa kesulitan dalam menggunakannya. Kemudian terdapat skor terendah yaitu pada item kuesioner harga lebih rendah dari aplikasi lainnya dengan jumlah skor 234, artinya aplikasi Gojek masih cenderung mahal dibandingkan dengan aplikasi lainnya atau aplikasi yang serupa sehingga konsumen merasa tidak puas. Ini adalah seperti bentuk motivasi agar perusahaan dapat memperbaiki Sikap dalam menurunkan harga guna menarik simpatik konsumen agar merasa puas kembali dalam menggunakan aplikasi Gojek.

Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Hendang Setyo Rukmi, Dwi Novirani, Arinal Hada (2017) yang berjudul Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Toko Oleh-oleh khas bandung, kemudian Menurut Park dalam (Irawan 2021) mengungkapkan kepuasan pelanggan adalah suatu perasaan pelanggan sebagai respon terhadap produk barang atau jasa yang telah dikonsumsi. Dan menurut Kotler dan Keller (2016) mengatakan kepuasan pelanggan mencerminkan penilaian seseorang tentang kinerja produk yang dirasakan dalam kaitannya dengan harapan. Apabila kinerja jauh dari ekspektasi, pelanggan kecewa. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika melebihi ekspektasi, pelanggan senang.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil data mengenai kepuasan pelanggan dapat ditarik kesimpulan bahwa pelanggan Gojek memiliki kepuasan kerja yang cukup baik dilihat dari dimensi kepuasan yang terdiri dari dimensi kualitas aplikasi, kualitas pelayanan, dan harga. Kualitas pelayanan Gojek dengan pelanggan berjalan dengan baik, pelanggan merasa puas terhadap jasa yang ada pada aplikasi Gojek, pelanggan juga merasa puas terhadap pelayanannya yang diberikan Gojek.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada PT. GOJEK INDONESIA telah memberikan pengalaman kepada penulis selama melakukan studi independen

DAFTAR PUSTAKA

- Bagus Mohamad Gandhi Sutarso. (2008). STRATEGI MENINGKATKAN KEPUASAN KONSUMEN (STUDY KASUS PT. PLN (Persero) DI WILAYAH SEMARANG). Tesis Universitas Diponegoro Semarang, 1–117.
- Hidayat, E. S. (2019). Kinerja Pelayanan Birokrasi Dalam Mewujudkan Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Negara*, 6(2), 43–49.
- Irdhayanti, E., & Firayanti, Y. (2019). Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Gojek Di Kabupaten Kubu Raya. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Kontemporer*, 5(1), 1–21.
- Khairil, K. (2021). Penilaian Kepuasan Pelanggan Dengan Aplikasi Survei Pada Pdam Kota Bengkulu. *Teknosia*, 1(1), 16–21.
- Maulidza, L., Tambunan, D., & ... (2022). UPAYA MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN MELALUI CASH ON DELIVERY (COD), PENANGANAN KOMPLAIN DAN PROMOSI (Studi Kasus Pada JNE *Jurnal*, 34.
- Novia, M. A., Semmaila, B., & Imaduddin, I. (2020). Pengaruh kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Tata Kelola*, 7(2), 201–212.
- Rangka, D., Rahman, A., & Pengantar, K. (2013). Laporan Akhir Hasil Analisa Survei Kepuasan Konsumen (Skk) Badan Pusat Statistik Tahun 2013.
- Sambodo Rio Sasongko. (2021). Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(1), 104–114.