

ANALISIS KOMPARATIF KEPUASAN PENGGUNA DAN KUALITAS LAYANAN TRANSPORTASI ONLINE DAN TRADISIONAL

Linzzy Pratami Putri

Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, linzzypratami@umsu.ac.id

Abstrak

Tujuan Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbedaan kepuasan pengguna jasa transportasi online dan tradisional.

Desain/Metode Metode penelitian yang digunakan adalah analisis deskriptif dan komparatif.

Temuan Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan kepuasan pengguna transportasi online sebesar 58.5882 dengan pengguna transportasi tradisional 48.8571.

Implikasi penelitian ini dapat menjadi pertimbangan bagi pengusaha dan supir transportasi online maupun tradisional untuk mengetahui sejauh mana kepuasan pelanggan menggunakan transportasi tersebut serta dapat memperbaiki performanya.

Originalitas Penelitian ini mengkaji tentang kepuasan pelanggan pengguna transportasi online dan tradisional di kota Medan (Medan Marelan dan Medan Labuhan)

Tipe Penelitian Studi Empiris

Kata Kunci : Kepuasan Pelanggan, Kualitas Layanan

I. Pendahuluan

Tuntutan masyarakat akan transportasi yang cepat, nyaman, mudah serta aman menuntut semua perusahaan transportasi untuk dapat menjaga kepuasan pelanggan dengan cara memperbaiki layanannya. Transportasi merupakan sarana perkembangan yang penting dan strategis dalam memperlancar roda perekonomian, memperkuat persatuan dan kesatuan serta mempengaruhi semua aspek kehidupan. Transportasi dapat membantu perekonomian yang baik disuatu daerah bahkan disuatu Negara. Transportasi yang baik akan mendukung berkembangnya perekonomian suatu negara. Sebelum berkembangnya teknologi yang memperkenalkan kita kepada transportasi online, masyarakat menggunakan transportasi tradisional atau yang lebih familiar dengan sebutan angkot. Saat ini, keberadaan angkot mulai tergantikan dengan transportasi online yang dilengkapi dengan berbagi layanan dan dengan harga yang cukup terjangkau. Transportasi online ini menjadi salah satu penyebab dari menurunnya peminat transportasi tradisional. Di kota Medan, terutama Medan Marelan dan Medan Labuhan transportasi online sangat membantu aktivitas masyarakat dalam hal berpergian.

II. Kajian Teori

Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah keadaan dimana konsumen merasakan seluruh kebutuhan dan keinginannya terhadap produk baik barang maupun jasa terpenuhi pada saat menggunakan produk tersebut. Menurut Kotler dan Keller (2007) menyatakan bahwa Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Menurut Tjiptono kepuasan konsumen adalah situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi dengan baik.

Kualita Pelayanan

Menurut Boediono (2003), pelayanan adalah usaha pemberian bantuan atau pertolongan kepada orang lain, baik berupa materi maupun non materi agar orang itu dapat mengatasi masalahnya sendiri. Lanjut Moenir (2008) menjelaskan bahwa pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung.

Adapun Kotler (2010) menyebutkan bahwa pelayanan (*service*) dapat didefinisikan sebagai suatu tindakan atau kinerja yang diberikan oleh seseorang kepada orang lain. Pelayanan atau lebih dikenal dengan *service* dapat diklasifikasikan menjadi : 1) *high contact service*, yaitu klasifikasi pelayanan jasa dimana kontak antara konsumen dan penyedia jasa yang sangat tinggi, konsumen selalu terlibat dalam proses dari layanan jasa tersebut, 2) *low contact service*, yaitu klasifikasi pelayanan jasa dimana kontak antara konsumen dengan penyedia jasa tidak terlalu tinggi.

Menurut Berry dan Zenthaml (Lupiyoadi 2006) berpendapat bahwa keberhasilan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas dapat ditentukan dengan pendekatan *service quality* yang telah dikembangkan oleh Parasuraman. *Service Quality* adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para pelanggan atas layanan yang mereka terima. *Service Quality* dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi pelanggan atas layanan yang benar-benar mereka terima dengan layanan sesungguhnya yang mereka harapkan. Kualitas pelayanan menjadi hal utama yang diperhatikan serius oleh perusahaan, yang melibatkan seluruh sumber daya yang dimiliki perusahaan.

Mengacu pada pengertian kualitas layanan tersebut maka kualitas layanan adalah suatu perlakuan dan realitas dari jasa yang diberikan. Hal ini berarti bahwa kualitas yang baik bukanlah berdasarkan persepsi penyedia jasa, melainkan berdasarkan persepsi konsumen.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu hal yang tidak dapat dianggap ringan oleh perusahaan. Bila kualitas pelayanan dari suatu perusahaan baik, maka konsumen akan mendapatkan kepuasan yang setimpal dengan biaya yang mereka keluarkan dan akan menjadi konsumen loyal perusahaan, tetapi sebaliknya jika kualitas pelayanan yang konsumen dapatkan itu buruk, konsumen akan merasa kecewa dengan biaya yang telah mereka korbakan dan akan meninggalkan produk yang diciptakan perusahaan.

III. Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode penelitian deskriptif dan induktif yaitu dengan memberikan paparan atau penjelasan terhadap teori-teori yang berhubungan dengan judul penelitian dengan metode pendekatan kualitatif, yang sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena serta hubungan-hubungannya. Dan menguji kebenaran data yang diperoleh dengan Uji Komperatif.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen/masyarakat yang menggunakan Gojek dan Angkutan umum (angkot) di Medan Marelan dan Medan Labuhan. Mengingat tidak diperoleh jumlah pasti dari pengguna transportasi online yang ada di Kecamatan Medan Marelan dan Medan Labuhan dan keterbatasan penulis maka sampel dalam penelitian ini adalah **100** responden. Dengan penentuan sampel *NonProbability Sampling* Untuk menentukan pengambilan sampel penulis menggunakan teknik *accidental sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan (Sugiyono, 2014:149).

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner dan Studi Dokumentasi. Metode pengumpulan data melalui buku, jurnal, penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan dan menjadi bahan referensi pendukung bagi peneliti. Sedangkan teknik analisis data yang digunakan uji statistik *Independent Sample Test*.

IV. Hasil Dan Pembahasan

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan dapat dilihat pada tabel Berikut:

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan asal kampus

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Pegawai Swasta	21	42.9	42.9	42.9
Pegawai Negeri	10	20.4	20.4	63.3
Wiraswasta	18	36.7	36.7	100.0
Total	49	100.0	100.0	

Sumber: Hasil data SPSS 16.0

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa pengguna transportasi online dan transportasi tradisional mayoritas adalah pegawai swasta atau sebanyak 42,9%.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan pemakaian transportasi online dapat dilihat pada tabel berikut: **Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Pemakaian**

Pemakaian

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1-3kali	20	40.8	42.9	42.9
4-6kali	2	4.1	4.1	46.9
6-9kali	6	12.2	12.2	59.2
Lebih 9kali	21	42.9	40.8	100.0
Total	49	100.0	100.0	

Sumber: Hasil data SPSS 16.0

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa dari responden 42,9% atau sebanyak 21 orang menjawab lebih dari 9 kali.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan pertimbangan layanan jasa angkot dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pertimbangan pertimbangan jasa layanan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Nyaman	2	4.1	4.1	4.1
Pelayanan	1	2.0	2.0	6.1
Harga	21	42.9	42.9	49.0
Mudah dijangkau	18	36.7	36.7	85.7
Lainnya	7	14.3	14.3	100.0
Total	49	100.0	100.0	

Sumber: Hasil data SPSS 16.0

Berdasarkan data tabel 4.5 diatas dapat diketahui bahwa dataPertimbangan layanan jasa angkot, tentang nyaman 2 orang (4,1%), Pelayanan 1 orang (2,0%), harga 21 orang (42,9%), mudah dijangkau 18 orang (36,7%), dan lainnya 7 orang (14,3%).

Tabel 4. Data Uji Komperatif (T-tes) Variabel Kepuasan Pengguna Atas Pengguna Transportasi Online(Studi Komperatif Transportasi Tradisional)
Group Statistics

Kelompok		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Kepuasan Pengguna	Online	51	58.5882	6.53047	.91445
	Tradisional	49	48.8571	7.66214	1.09459

Selanjutnya untuk mengetahui nilai komperatif dari kepuasan pengguna jasa transportasi Online dan kepuasan pengguna jasa transportasi Tradisional dapat dilihat dari hasil pengujian independen sampel test dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 5. Independent Samples Test

	Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means							
	F	Sig.	T	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	90% Confidence Interval of the Difference		
								Lower	Upper	
Kepuasan Pengguna Online	1.447	.232	6.844	98	.000	9.73109	1.42175	7.37021	12.09197	
Pengguna Tradisional			6.823	94.290	.000	9.73109	1.42631	7.36175	12.10043	

Berdasarkan hasil uji beda 2 rata-rata (Independent Samples t Test) digunakan untuk mengetahui apakah ada perbedaan kepuasan pengguna jasa transportasi Online dengan pengguna jasa transportasi Tradisional. Penguji menggunakan tingkat signifikan 0,10, Sebelum uji beda 2 rata-rata (Independent Samples t Test) dilakukan , uji F perlu dianalisis terlebih dahulu, jika varian sama, , maka uji t menggunakan *equal variance* (diasumsikan varian sama) dan jika varian berbeda maka megggunakan *equal variance not assumed* (diasumsikan varian berbeda).

Berdasarkan data uji beda diatas dapat dilihat bahwa nilai signifikan dari uji F diperoleh 0,232, karena nilai signifikan > 0,10 (0,232 > 0,10), maka Ho ditolak, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kelompok data kepuasan pengguna jasa transportasi Online dengan pengguna jasa transportasi Tradisional memiliki varian yang sama. Oleh karenanya Uji t (Independent Samples t Test) menggunakan *equal variance not assumed*.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Ho ditolak yaitu terdapat perbedaan rata-rata kepuasan pengguna jasa transportasi Online dengan pengguna jasa transportasi Tradisional. Dengan perolehan sig = 0.0232< α 10%.

Kesimpulan di atas didasari atas minat masyarakat yang menggunakan jasa transportasi semakin meningkat pada tiap tahunnya, disamping itu terdapat persaingan yang ketat dari jasa

transportasi Online yaitu memberikan penawaran dengan fasilitas menyediakan AC dan Majalah /koran agar penumpang tidak merasa bosan pada saat perjalanan. Disamping itu juga terdapat persaingan Harga pada pengguna jasa transportasi Online dengan jasa transportasi Tradisional.

4. Penutup

Berdasarkan hasil penelitian tentang analisis kepuasan pengguna pada pengguna jasa transportasi Online dan pengguna jasa transportasi Tradisional dapat disimpulkan sebagai berikut: 1) Berdasarkan nilai rata-rata dari variabel kepuasan pengguna jasa transportasi Online memiliki perbedaan dengan nilai lebih tinggi bila dibandingkan dengan kelompok pengguna jasa transportasi Tradisional dengan selisih nilai rata-rata sebesar 9,73; 2) Uji Komperatif kepuasan pengguna atas pengguna jasa transportasi Online dengan pengguna jasa transportasi Tradisional ditentukan dari nilai (*Equal Variance Assumed*) nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,783 > 1,984$) dan nilai signifikan $< 0,10$ ($0,000 < 0,10$) maka H_0 ditolak, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan kepuasan pengguna pada pengguna jasa transportasi Online dengan pengguna jasa transportasi Tradisional. Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka untuk meningkatkan kepuasan pengguna pada pengguna Online dan pengguna Tradisional, dapat diberi saran sebagai berikut: 1) Perusahaan harus dapat menjaga sekaligus mempertahankan harga, jaminan, kehandalan, daya tanggap, dan empati sebagai indikator penting dalam meningkatkan kepuasan pengguna jasa, baik pada pengguna jasa transportasi Online dan pengguna jasa transportasi Tradisional; 2) Bagi peneliti selanjutnya, hendaknya dapat menambahkan variabel lain dalam mengukur kepuasan pengguna seperti promosi/diskon, sehingga diperoleh temuan yang lebih baik dalam menjelaskan faktor dari kepuasan pengguna dalam menggunakan jasa pengguna jasa transportasi Online maupun pengguna jasa transportasi Tradisional.

DaftarPustaka

- Apriyani, Dwi Aliyyah dan Sunart. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen (Survei pada Konsumen The Little A Coffee Shop Sidoarjo*. Jurnal Administrasi dan Bisnis. Vol. 51 No.2.
- Budiono. 2003. *Pelayanan Prima Perpajakan*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Chan, Arianis, dkk. 2017. *Perbandingan Pengalaman Pengguna pada Aplikasi Mobile Go-Jek dan Grab (Studi pada Konsumen PT Go-Jek dan PT Grab Indonesia di DKI Jakarta)*. Jurnal AdBispreneur. Vol. 2 No. 2.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua Belas Jilid 1. Jakarta: Indeks
- Kotler, Philip dan Armstrong Gary. 2010. *Principle of Marketing* (Edisi 13). United States of America : Pearson.
- Lupiyodi, Rambat. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 2. Jakarta: Salemba Empat.
- Rifaldi, dkk. 2016. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Transportasi Online Gojek terhadap Kepuasan Pelanggan pada Mahasiswa/i Adminstrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta*. Jurnal Epigram Vol. 13. No. 2.
- Sugiyono, 2014. *Metode Penelitian pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan RdanD*, Alfabeta, Bandung.
- Tjiptono, Fandy. 2007. *Strategi Pemasaran Edisi Kedua*. Cetaka
- Tumuwe, Riswanto, dkk. 2018. *Pengguna Ojek Online di Kalangan Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi Manado*. Jurnal Holistik. Tahun XI. No. 21 A.