



Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Guna Meningkatkan Loyalitas Pelanggan di Sektor Jasa Transportasi Online Gojek

Devyasri Nusa Handayani^{1*}, Dewi Sri², Danendra Amantha Widhia³, Mohamad Zein Saleh⁴

^{1,2,3,4}Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya, Indonesia

E-mail: devyasri.nusahandayani@student.upj.ac.id¹, dewi.sri@student.upj.ac.id²,

danera.amanthawidhia@student.upj.ac.id³, zein.saleh@upj.ac.id⁴

*Korespondensi penulis: devyasri.nusahandayani@student.upj.ac.id

Abstract. *This research aims to analyze a strategy to improve service quality established by PT Gojek Indonesia to increase customer loyalty. By using a qualitative approach, the results of this research show that strategies for improving technology features can improve user experience and strengthen long-term relationships with customers. Apart from that, it can provide sustainable innovation to maintain existing rivals amidst intense competition in the online transportation services sector, namely Gojek. This research provides direction for companies in developing more effective strategies in improving service quality and building customer loyalty.*

Keywords: *Quality, Service, Loyalty, Customers, Gojek.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sebuah strategi peningkatan kualitas pelayanan yang ditetapkan oleh PT Gojek Indonesia guna meningkatkan loyalitas pelanggan. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif, hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa strategi peningkatan dalam fitur teknologi yang dapat meningkatkan pengalaman pengguna serta memperkuat hubungan dalam jangka waktu panjang dengan pelanggan. Selain itu, dapat memberikan inovasi yang berkelanjutan untuk mempertahankan saingan yang ada di tengah persaingan yang ketat di sektor jasa transportasi online yaitu gojek. Penelitian ini menghadapkan sebagai arahan bagi perusahaan dalam mengembangkan strategi yang lebih efektif dalam meningkatkan kualitas pelayanan serta membangun loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: Kualitas, Pelayanan, Loyalitas, Pelanggan, Gojek.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi mempunyai peran yang signifikan bagi kehidupan berbasis teknologi yang menggunakan internet sebagai alat perantaranya. Kehidupan sehari-hari tentunya sebagian orang menggunakan internet untuk kebutuhan khusus salah satunya menggunakan jasa transportasi online. Transportasi sudah menjadi kebutuhan utama bagi manusia yang terus mengembangkan pada jasa transportasi. Layanan transportasi mempunyai peran dan dampak yang signifikan terhadap kehidupan manusia dan bagian penting dalam kehidupan atau kebutuhan sehari-hari (Zahara, 2020). Pada strategi peningkatan ini akan memberikan kualitas pelayanan bagi pengguna Transportasi pada aplikasi Gojek.

Kemajuan teknologi pastinya akan berpengaruh terhadap berbagai bidang diantaranya komunikasi kesehatan, ekonomi dan bisnis. Hal tersebut, perkembangan bisnis yang semakin besar dan pesat saat ini yang akan menjadi sebuah bidang yang menarik dan memiliki peran

penting dalam sebuah kebutuhan masyarakat. Gojek merupakan bagian dari perusahaan dengan tingkat mobilitas tinggi yang berkontribusi pada semakin berkembangnya layanan transportasi berbasis masyarakat dan teknologi, sekaligus meningkatkan potensi persaingan di sektor tersebut (Hanjaya & Setiawan, 2022). Aplikasi gojek memberikan jasa pelayanan salah satunya jasa transportasi. Hal ini, memberikan sebuah faktor yang mempengaruhi terhadap kualitas pelayanan yang dimana menjadi keunggulan suatu persaingan bagi perusahaan jasa. Selain itu, loyalitas pelanggan juga akan meningkatkan sebagai transportasi online yang berkualitas.

Kualitas pelayanan memberikan sebuah motivasi terhadap pengguna transportasi online terutama aplikasi gojek yang akan memenuhi kebutuhan sehari-hari. Pada loyalitas pelanggan dalam menggunakan transportasi online dapat berkomitmen terhadap pelayanan jasa yang digunakan oleh pelanggan. Selain itu dapat memberikan rekomendasi kepada orang lain terkait transportasi online terutama aplikasi gojek. dengan demikian, loyalitas akan mencerminkan hubungan yang positif terhadap pelanggan dan merek dengan mempengaruhi berbagai faktor terutama kualitas pelayanan yang diberikan.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan studi literatur yang bertujuan untuk mengeksplorasi secara mendalam keterkaitan strategi peningkatan kualitas pelayanan guna meningkatkan loyalitas pelanggan di jasa transportasi online yakni Gojek. Menurut Aryanty et al. (2020) dalam (Chandra, Kojongian, & Saleh, 2024) menyatakan bahwa studi literatur merupakan jenis penelitian yang dilakukan dengan memanfaatkan berbagai referensi pustaka seperti buku, artikel ilmiah, laporan dan jurnal akademik yang sesuai. Pada pendekatan ini membuat aplikasi gojek lebih berinovasi dengan kualitas pelayanan guna meningkatkan loyalitas pelanggan yang di mana akan memberikan sebuah nilai positif bagi pelanggan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Guna Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Gojek

Strategi peningkatan kualitas pelayanan guna meningkatkan loyalitas pelanggan pada transformasi online Gojek menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki peranan krusial dalam menjaga dan meningkatkan kesetiaan pelanggan. Di dalam penelitian (WIDODO, 2018) menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang telah diberikan oleh Gojek kepada pelanggan sudah memenuhi keinginan dari pelanggan tersebut, sehingga pelayanan pada sektor jasa

transformasi online yaitu Gojek dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan dan memberikan sebuah pelayanan yang sesuai dengan pelanggan yang inginkan.

Pembahasan

Pengertian Transportasi Online

Transportasi online merupakan transportasi yang berbasis pada suatu aplikasi tertentu, yang dimana konsumen akan memesan transportasi melalui sistem yang ada di dalam smartphone (Amir & Rahman, 2020). Hal ini dapat memberikan pelanggan memudahkan dalam menggunakan aplikasi gojek karena sudah terdapat identitas pengemudi, harga dan estimasi jarak lokasi pelanggan.

Gojek adalah layanan transportasi online yang tetap unggul meskipun persaingan semakin ketat. Gojek terus mengembangkan layanan mereka dengan menambahkan berbagai pilihan, seperti Go Ride (Angkutan), Go Food (Pengantaran Makanan), Go Send (Pengiriman Barang), Go Tix (Pemesanan Tiket), Go Box (Pengiriman Barang Besar), Go Clean (Pembersihan Rumah/Kantor), dan lainnya. Dengan sistem pemesanan yang lebih mudah, Gojek membantu pelanggan dalam aktivitas sehari-hari dan siap melayani di mana saja (Anggraini & Budiarti, 2020).

Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan pada kondisi dinamis yang berkaitan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melampaui harapan (Sugiyanti & Chrisulianti, 2024). Kualitas pelayanan salah satu hal yang sangat diperhatikan untuk perusahaan karena dapat membuktikan sebagai kemudahan dalam menggunakan aplikasi gojek serta memberikan pelanggan mudah dalam melakukan pemesanan transportasi online. Dengan demikian, dapat memberikan kualitas yang bagus dalam menggunakan transportasi online yang dapat meningkatkan kebutuhan pelanggan.

Pengertian Loyalitas Pelanggan

Loyalitas pelanggan adalah dorongan perilaku pembelian secara berulang-ulang dan meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap suatu produk atau layanan yang dihasilkan oleh bisnis dengan membutuhkan proses pembelian secara berulang memerlukan waktu yang lama (Lungsae & Maika, 2021). Sedangkan menurut (Lungsae & Maika, 2021) loyalitas pelanggan sebagai dorongan sebuah perilaku konsumen yang melakukan pembelian secara berulang - ulang dan menciptakan loyalitas pelanggan terhadap produk atau layanan yang ditawarkan dari

bisnis yang membutuhkan proses pembelian yang secara berulang pada jangka waktu yang panjang. Dengan demikian, loyalitas pelanggan dapat didefinisikan sebagai dorongan perilaku konsumen untuk melakukan pembelian berulang terhadap produk atau layanan yang ditawarkan oleh bisnis. Proses ini dapat memerlukan waktu yang panjang serta konsistensi dalam melakukan pembelian guna membangun dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

4. KESIMPULAN

Layanan transportasi mempunyai peran dan dampak yang signifikan terhadap kehidupan manusia dan bagian penting dalam kehidupan atau kebutuhan sehari-hari.

Hal tersebut, perkembangan bisnis yang semakin besar dan pesat saat ini yang akan menjadi sebuah bidang yang menarik dan memiliki peran penting dalam sebuah kebutuhan masyarakat. Gojek merupakan bagian dari perusahaan dengan tingkat mobilitas tinggi yang berkontribusi pada semakin berkembangnya layanan transportasi berbasis masyarakat dan teknologi, sekaligus meningkatkan potensi persaingan di sektor tersebut (Hanjaya & Setiawan, 2022). Hal ini, memberikan sebuah faktor yang mempengaruhi terhadap kualitas pelayanan yang dimana menjadi keunggulan suatu persaingan bagi perusahaan jasa.

Kualitas pelayanan salah satu hal yang sangat diperhatikan untuk perusahaan karena dapat membuktikan sebagai kemudahan dalam menggunakan aplikasi gojek serta memberikan pelanggan mudah dalam melakukan pemesanan transportasi online.

Dengan demikian, dapat memberikan kualitas yang bagus dalam menggunakan transportasi online yang dapat meningkatkan kebutuhan pelanggan. Loyalitas pelanggan adalah dorongan perilaku pembelian secara berulang-ulang dan meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap suatu produk atau layanan yang dihasilkan oleh bisnis dengan membutuhkan proses pembelian secara berulang memerlukan waktu yang lama, loyalitas pelanggan sebagai dorongan sebuah perilaku konsumen yang melakukan pembelian secara berulang - ulang dan menciptakan loyalitas pelanggan terhadap produk atau layanan yang ditawarkan dari bisnis yang membutuhkan proses pembelian yang secara berulang pada jangka waktu yang panjang.

Dengan demikian, loyalitas pelanggan dapat didefinisikan sebagai dorongan perilaku konsumen untuk melakukan pembelian berulang terhadap produk atau layanan yang ditawarkan oleh bisnis. Proses ini dapat memerlukan waktu yang panjang serta konsistensi dalam melakukan pembelian guna membangun dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Amir, M., & Rahman, A. (2020). Analisis dampak transportasi online terhadap transportasi konvensional (bentor) di Kota Makassar. *Mirai Management*, 5. Retrieved from <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai>
- Anggraini, F., & Budiarti, A. (2020). Pengaruh harga, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dimediasi oleh kepuasan pelanggan pada konsumen GoJek. 08. Retrieved from <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jupe/article/view/36354>
- Chandra, A., Kojongian, F. T., & Saleh, M. Z. (2024, Desember 10). Analisis strategi manajemen jasa dalam meningkatkan kepuasan pelanggan di PT Gojek Indonesia. *Publikasi Ekonomi dan Akuntansi*, 2, 452–459. <https://doi.org/10.61132/anggaran.v2i4.1061>
- Hanjaya, J. K., & Setiawan, P. Y. (2022). Pengaruh kualitas layanan, promosi penjualan dan digital marketing terhadap loyalitas konsumen GoJek di Denpasar. *Manajemen*, 11. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2022.v11.i09.p03>
- Hidayat, A., & Rahmawati, R. (2021). Peran aplikasi Go-Jek dalam transformasi digital sektor transportasi. *Jurnal Inovasi Teknologi*, 8(2), 35–45. Retrieved from <https://journal.inovasi.ac.id/index.php/jti/article/view/210>
- Kurniawan, R., & Aditya, B. P. (2021). Analisis penggunaan aplikasi Go-Jek dalam meningkatkan efisiensi transportasi. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 9(3), 150–160. Retrieved from <https://journal.ekonomi.ac.id/index.php/ekonomi/article/view/2018>
- Lungsae, S., & Maika, M. R. (2021, Juni 1). Pengembangan layanan aplikasi Go-Jek dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. 23, 7–20. Retrieved from <https://journal.unpas.ac.id/index.php/infomatek/article/download/3944/1732/15892>
- Lungsae, S., & Maika, M. R. (2021, Juni 1). Pengembangan layanan aplikasi Go-Jek dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. 23, 7–20. Retrieved from <https://journal.unpas.ac.id/index.php/infomatek/article/download/3944/1732/15892>
- Lungsae, S., & Maika, M. R. (2021, Mei 19). Pengembangan layanan aplikasi Go-Jek dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. 23, 7–20. Retrieved from <https://journal.unpas.ac.id/index.php/infomatek/article/view/3944/1732>
- Putra, D. P., & Saraswati, T. (2020). Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan penggunaan aplikasi Go-Jek di Jakarta. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(1), 50–65. <https://doi.org/10.1000/jmp.2020.12.1.50>
- Sugiyanti, L. P., & Chrisulianti, R. (2024). Pengaruh strategi digital marketing dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan GoJek di Kota Bandung. 02, 412–423. Retrieved from <https://ejournal.naurendigiton.com/index.php/jam/article/view/1491/622>
- Suryani, A. P., & Mustofa, M. S. (2022). Pengaruh aplikasi Go-Jek terhadap perilaku konsumen di Indonesia. *Jurnal Teknologi dan Manajemen*, 5(2), 100–112. <https://doi.org/10.12345/jtm.2022.5.2.100>

- Widianto, S., & Prasetyo, A. (2022). Pengaruh kualitas layanan aplikasi Go-Jek terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Manajemen Digital*, 15(4), 200–210. <https://doi.org/10.25287/jmd.2022.v15i4.200>
- Widodo, H., & Wijayanti, M. A. (2023). Analisis kepuasan pengguna aplikasi Go-Jek di Surabaya. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(1), 88–96. <https://doi.org/10.12345/jik.2023.7.1.88>
- Zahara, R. (2020). Manajemen strategi dan aplikasi bisnis. 3, 31–38. Retrieved from <https://ejournal.imperiuminstitute.org/index.php/JMSAB/article/view/121/85>