

## **PROSIDING**

Seminar Nasional Teknologi Informasi dan  
Komunikasi ke-8 (SEMNASTIK2016)  
Palembang, Indonesia  
20 Agustus 2016

**Diterbitkan dan dicetak oleh:**

Pusat Penerbitan dan Percetakan  
Universitas Bina Darma Press  
(PPP-UBD) Press  
Universitas Bina Darma (UBD)  
Jl. Jenderal Ahmad Yani, Plaju, Palembang, 30264  
Tep. 0711-51579  
Fax: 031-59495

**Penyelenggara**

Progam Pascasarjana  
Univeritas Bina Darma (UBD)

**Didukung Oleh:**

APTIKOM

Program Pascasarjana  
Universitas Bina Darma  
Palembang, INDONESIA

---

## PROSIDING

Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Komunikasi ke-8  
(SEMNASTIK2016)

Palembang, Indonesia

20 Agustus 2016

Website: [semnastik.binadarma.ac.id](http://semnastik.binadarma.ac.id)

Email: [semnastik@binadarma.ac.id](mailto:semnastik@binadarma.ac.id)

### **Editor in Chief**

Leon Andretti Abdillah

### **Editor Team**

Darius Antoni

Nyimas Sopiah

Yesi Novaria Kunang

Diana

Edi Surya Negara

Hak cipta © 2016 pada Penulis

Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini dalam bentuk apapun tanpa ijin tertulis dari penulis atau penyelenggara SEMNASTIK2016

ISBN: 978-979-3877-32-7

## Analisa Tingkat Kepuasan Layanan TI (Studi Kasus Pada Aplikasi Gojek)

Cindi Wulandari<sup>1</sup>, Lin Yan Syah<sup>2</sup>, Leon Andretti Abdillah<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Program Pascasarjana, Universitas Bina Darma

Jalan Ahmad Yani No.3, Plaju, Palembang

<sup>1</sup>[cindistmikmura21@gmail.com](mailto:cindistmikmura21@gmail.com), <sup>3</sup>[leon.abdillah@yahoo.com](mailto:leon.abdillah@yahoo.com)

**Abstract.** IT offers many benefits and new changes in various sectors including transportation. As a company engaged in the field of IT services online motorcycle transportation, Gojek Indonesia where is highly dependent on the presence and customer loyalty. Measuring the level of customer satisfaction of 70 respondents to the model developed by the Service Quality Parasuraman, Zeithaml, and Berry consists of five dimensions: Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, and Empathy. The results of the study measuring the level of customer satisfaction with IT services in applications Gojek generally show less satisfied with the level of the highest percentages in each dimension statement. This means that what the respondents (users/customers) expect from IT services Gojek application is not consistent with the fact that they feel the field.

**Keywords:** IT services, Online transportation, Customers satisfaction, Gojek.

### 1 Pendahuluan

Penggunaan sistem informasi (SI) dan teknologi informasi (TI) tidak melihat dari besar kecilnya suatu organisasi. Kebutuhan manusia yang beragam mengakibatkan TI terus maju dan berkembang, salah satu kebutuhan pokok manusia adalah mereka ingin kebutuhan berkomunikasi dapat diselesaikan dengan cepat dan efisien sehingga tidak membuang banyak waktu dan tenaga. TI telah merambah ke smartphone, salah satu yang berdasarkan pada handset Android [1]. Android adalah platform open source komprehensif yang dirancang untuk perangkat mobile [2]. Ponsel dapat digunakan sebagai media untuk berkomunikasi secara langsung dengan internet untuk mengirim dan menerima data [3].

Dewasa ini perhatian terhadap kepuasan maupun ketidakpuasan pelanggan telah semakin besar karena pada dasarnya tujuan dari suatu perusahaan adalah untuk menciptakan rasa puas pada pelanggan. Konsumen yang puas dapat menjadi sumber pemasaran yang efektif bagi perusahaan, salah satunya dengan merekomendasikan layanan TI pada aplikasi Gojek kepada pihak lain sehingga meningkatkan jumlah pelanggan Gojek.

Ojek yang dipesan melalui internet (secara online) yang banyak digunakan pada Android saat ini dikenal dengan Gojek. Moda transportasi antar jemput dengan menggunakan media panggilan gadget atau smartphone secara online ini mulai berdiri

Juni 2010 dan pendirinya atau CEO adalah Madine Makarin bertindak sebagai CEO, Brian Cu and Michaelangelo Moran.

Dewasa ini perhatian terhadap kepuasan maupun ketidakpuasan pelanggan telah semakin besar karena pada dasarnya tujuan dari suatu perusahaan adalah untuk menciptakan rasa puas pada pelanggan. Penelitian Juniartono [4] terhadap tingkat kepuasan pelayanan CV. Delta Trans memperoleh selisih antara persepsi konsumen terhadap layanan yang diterima dengan harapan konsumen terhadap layanan yang akan diterima. Dari penelitian tersebut, dapat diartikan keberadaan layanan TI pada aplikasi Gojek yang berkualitas akan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Konsumen yang puas dapat menjadi sumber pemasaran yang efektif bagi perusahaan, salah satunya dengan merekomendasikan layanan TI pada aplikasi Gojek kepada pihak lain sehingga meningkatkan jumlah pelanggan Gojek. Tingkat kepuasan juga sudah diteliti oleh Syarif [5], dan Wibowo [6] dari penelitian yang dilakukan tersebut penilaian terhadap kualitas jasa dengan mengadopsi kepuasan pelanggan (*user satisfaction*) akan diukur dari *tangible, empathy, responsiveness, reliability, dan assurance* [7].

Fenomena Ojek Online menjadi booming dan sangat populer terutama pada bisnis jasa transportasi [8]. Gojek pun telah merambah ke sejumlah kota besar termasuk Palembang. Jumlah pelanggan Gojek yang belum diketahui secara pasti dan tersebar secara demografi menjadi dilema perusahaan dalam mengetahui tingkat kepuasan konsumennya. Dari perencanaan tersebut, maka dengan ini penulis membuat “Analisa Tingkat Kepuasan Layanan TI ( Studi Kasus pada Aplikasi Gojek )”.

Kepuasan dalam melayani pelanggan menjadi cermin bagi kinerja perusahaan jasa, termasuk PT. Gojek Indonesia Palembang. Jumlah pelanggan Gojek yang belum diketahui secara pasti dan tersebar secara demografi menjadi dilema perusahaan dalam mengetahui tingkat kepuasan konsumennya. Dari perencanaan tersebut, maka dengan ini penulis membuat “Analisa Tingkat Kepuasan Layanan TI (Studi Kasus pada Aplikasi Gojek)”.

## 2 Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang bersifat deskriptif. Pendekatan kuantitatif adalah suatu pendekatan penelitian yang dilakukan dengan cara pengolahan dan penyajian data dengan mempergunakan perhitungan statistika yang melibatkan angka-angka atau skor/nilai sehingga memungkinkan peneliti untuk mengambil keputusan secara obyektif. Pendekatan ini digunakan karena relevan dengan rumusan masalah yang hendak dijawab dalam penelitian ini, yaitu berusaha mendeskripsikan dan mengetahui kesenjangan variabel yang berhubungan dengan tingkat kepuasan layanan IT aplikasi Gojek. Penelitian ini mengambil tempat di PT. Gojek Indonesia (Cabang Palembang) Jalan Basuki Rahmat No. 1608 B-D Palembang. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner sebanyak 70 eksemplar. Kuesioner yang dibagikan sudah divalidasi dan diuji validitas dan reliabilitasnya.

Terdapat 39 pertanyaan yang mencakup *service quality model* : 1) *tangible*, 2) *reliability*, 3) *responsiveness*, 4) *assurance*, dan 5) *emphaty*. Masing-masing pertanyaan memiliki 5 (lima) alternatif jawaban dengan rentang skor 1 (satu) sampai dengan 5 (lima)

yang terdiri dari 5 (lima) tingkatan yaitu : sangat tidak puas (STP), tidak puas (TP), kurang puas (KP), puas (P), dan sangat puas (SP).

### 3 Hasil dan Pembahasan

Setelah melakukan pengumpulan data, pengolahan data dengan SPSS, kemudian analisis data terhadap 70 responden penelitian atau pengguna/pelanggan Layanan TI pada aplikasi Gojek. Hasil pengolahan data secara deskriptif dari variabel-variabel penelitian disajikan sebagai berikut :

#### 3.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

Dari hasil uji coba instrumen dilakukan pada 70 responden menunjukkan hasil uji validitas terdiri dari 7 item pernyataan variabel tangible (X1), 10 item pernyataan variabel empathy (X2), 9 item pernyataan variabel responsiveness (X3), 7 item pernyataan variabel reliability (X4), dan 6 item pernyataan variabel assurance (X5) tersebut valid dianggap memenuhi syarat dengan nilai hitung  $> r$  tabel (0,235). Hal ini berarti semua item pernyataan yang ada pada instrumen tersebut dapat dijadikan sebagai indikator sebagai alat ukur yang valid dalam analisis selanjutnya.

Dari hasil uji reliabilitas variabel tangible (X1) yang terdiri dari 7 item pernyataan, nilai korelasi Cronbach's Alpha sebesar 0,944. Pada uji reliabilitas variabel empathy (X2) terdiri dari 10 item pernyataan, nilai korelasi Cronbach's Alpha sebesar 0,96. Pada uji reliabilitas variabel responsiveness (X3) terdiri dari 9 item pernyataan, nilai korelasi Cronbach's Alpha sebesar 0,955. Hasil uji reliabilitas variabel reliability (X4) yang terdiri dari 7 item pernyataan, nilai korelasi Cronbach's Alpha sebesar 0,942. Serta dari hasil uji reliabilitas variabel assurance (X5) dari 6 item pernyataan, nilai korelasi Cronbach's Alpha sebesar 0,938. Untuk semua variabel didapatkan bahwa korelasi berada pada korelasi kuat bila dibandingkan dengan  $r$  tabel (0,235) dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kuesioner tersebut reliabel.

#### 3.2 Karakteristik Responden

Responden yang menjawab kuesioner adalah responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 23 responden atau sebesar (32,9%) dan responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 47 responden atau sebesar (67,1%).

Dari aspek usia, sebanyak 31 responden (44,3%) berumur 31 sampai 40 tahun, untuk usia kurang dari 20 tahun sebanyak 19 responden (27,1%), usia 20 sampai 30 tahun sebanyak 11 responden (15,7%), usia 41 sampai 50 tahun sebanyak 9 responden (12,9%), sedangkan tidak ada responden (0,0%) untuk usia lebih dari 50 tahun.

Berdasarkan tingkat pendidikan terakhir seperti hasil pengolahan data diatas dapat terlihat bahwa pengguna/pelanggan Layanan TI pada aplikasi Gojek sebagian besar berpendidikan S1 yaitu 38 responden (54,3%), selebihnya yaitu 14 responden (20,0%)

berpendidikan SMU, 11 responden (15,7%) berpendidikan Diploma, 4 responden (5,7%) berpendidikan SMP, 2 responden (2,9%) berpendidikan S2/S3 dan 1 orang responden (1,4%) berpendidikan SD.

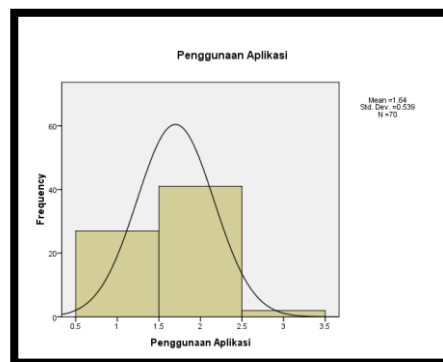
Berdasarkan profesi, pengguna/pelanggan Layanan TI pada aplikasi Gojek sebagian besar bekerja sebagai wiraswasta yaitu sebanyak 26 responden (37,1%), selebihnya bekerja sebagai pegawai swasta yakni 17 responden (24,3%), PNS/BUMN sebanyak 5 responden (7,1%), TNI/POLRI sebanyak 3 responden (4,3%), serta 19 responden (27,1%) memiliki status pekerjaan diluar pilihan pekerjaan yang sudah tertulis.

Berdasarkan sumber informasi responden untuk mendapatkan aplikasi Gojek seperti hasil pengolahan data diatas dapat terlihat bahwa pengguna/pelanggan Layanan TI pada aplikasi Gojek sebagian besar mendapatkannya bersumber dari informasi teman atau keluarga sebanyak 41 responden (58,6%), dari iklan (media cetak) 18 responden (25,7%), serta dari tempat kerja sebanyak 11 responden (15,7%).

Berdasarkan seberapa sering menggunakan aplikasi Gjek, pengguna/pelanggan Layanan TI pada aplikasi Gojek sudah menggunakan aplikasi layanan TI Gojek sebanyak 6 sampai 10 kali yakni 41 responden (58,6%), 0 sampai 5 kali oleh 27 responden (38,6%), dan yang telah menggunakan aplikasi Gojek lebih dari 10 kali sebanyak 2 responden (2,9%).

### 3.3 Frekuensi Layanan Gojek

Berdasarkan layanan teknologi yang digunakan oleh pelanggan Gojek seperti hasil pengolahan data diatas dapat terlihat bahwa pengguna/pelanggan Layanan TI pada aplikasi Gojek sebagian besar menggunakan Layanan TI pada aplikasi Gojek yaitu “Go-ride” yang telah digunakan sebanyak 34 responden (48,6%), “Go-food” sebanyak 29 responden (41,4%), serta selebihnya menggunakan Layanan TI lain.



**Gambar 1.** Penggunaan Layanan TI Aplikasi Gojek.

### 3.4 Frekuensi Tiap Variabel

Hasil kuesioner untuk tiap variabel dapat dilihat pada Tabel 1. Semua hasil kuesioner menunjukkan bahwa separuh responden menyatakan “kurang puas”. Responden yang menyatakan puas berkisar 17,1% sampai dengan 25,7%. Sedangkan responden yang menyatakan “Sangat puas” berkisar 11,4% sampai dengan 14,2%.

**Table 1.** Frekuensi Variabel.

No	Variabel/Dimensi	SP	P	KP	TP	STP
1	Tangible	14,2%	22,9%	<b>50,0%</b>	10,0%	2,9%
2	Emphaty	11,4%	25,7%	<b>52,9%</b>	5,7%	4,3%
3	Responsiveness	12,9%	17,1%	<b>61,4%</b>	5,7%	2,9%
4	Reliability	11,4%	25,7%	<b>55,7%</b>	4,3%	2,9%
5	Assurance	12,9%	24,3%	<b>52,9%</b>	7,1%	2,8%

Secara keseluruhan, untuk jawaban “sangat puas” adalah untuk aspek “tangible”. persentase tertinggi untuk semua variabel adalah penelitian Berdasarkan seberapa sering menggunakan aplikasi Gojek, pengguna/pelanggan Layanan TI pada aplikasi Gojek sudah menggunakan aplikasi layanan TI Gojek sebanyak 6 sampai 10 kali yakni 41 responden (58,6%), 0 sampai 5 kali oleh 27 responden (38,6%), dan yang telah menggunakan aplikasi Gojek lebih dari 10 kali sebanyak 2 responden (2,9%).

## 4 Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dapat ditarik sejumlah kesimpulan, sebagai berikut :

- 1) Dari tabel olahan data dari tiap dimensi kualitas jasa yang terdiri dari *tangible*, *emphaty*, *responsiveness*, *reliability*, dan *assurance* para responden dominan menjawab kurang puas. Hal ini berarti bahwa apa yang responden (pengguna/pelanggan) harapkan dari layanan TI pada aplikasi Gojek belum sesuai dengan kenyataan yang ada dilapangan.
- 2) Secara umum, para pelanggan Gojek masih banyak yang kurang puas, sehingga pihak Gojek perlu memperhatikan variabel terkait untuk perbaikan ke depannya.
- 3) PT. Gojek Palembang hendaknya dapat memberikan layanan yang lebih baik dan maksimal melalui jasa pemesanan ojek online dan jasa layanan TI pada aplikasi Gojek lainnya. Sehingga pengguna/pelanggan layanan TI aplikasi Gojek akan meningkat dan merasa puas dan tentunya aplikasi Gojek Palembang akan tetap bertahan dalam jangka waktu yang cukup lama kedepannya.

## Daftar Pustaka

1. Murdianto, *et al.*, "Dictionary of prabumulih language-based android," in *4th International Conference on Information Technology and Engineering Application (ICIBA2015)*, Bina Darma University, Palembang, 2015.
2. L. N. Sari, *et al.*, "Geographic information systems of android-based residential locations," in *4th International Conference on Information Technology and Engineering Application (ICIBA2015)*, Bina Darma University, Palembang, 2015.
3. Fitriani, *et al.*, "Android-based bus ticket reservation application," in *4th International Conference on Information Technology and Engineering Application (ICIBA2015)*, Bina Darma University, Palembang, 2015.
4. Juniartono, "Analisis Tingkat Kepuasan Pelayanan Konsumen Pengguna Jasa Transportasi Pada CV Delta Trans dengan Menggunakan Metode Servqual," *Pelita Informatika Budi Darma*, vol. V, 2013.
5. M. Syarif, "Analisis Pengaruh Kepuasan Pelanggan Busway Terhadap Adopsi Inovasi Sistem Tiket Tunggal Elektronik Smart Card Untuk Mendukung Integrasi Moda Transportasi Massal di Jakarta," *IncomTech, Jurnal Telekomunikasi dan Komputer*, vol. 5, pp. 303-320, 2014.
6. T. Wibowo, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. JNE (Studi Pada PT. JNE Surakarta)," Sarjana Ekonomi Skripsi, Jurusan Ekonomi dan Bisnis Manajemen, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Surakarta, 2015.
7. Parasuraman, V. A. Zeithaml, L. L. Berry, "SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring customer perceptions of service quality," *Journal of Retailing*, vol. 64, pp. 12-40, 1988.
8. W. Anindhita, *et al.*, "Analisis Penerapan Teknologi Komunikasi Tepat Guna Pada Bisnis Transportasi Ojek Online (Studi pada Bisnis Gojek dan Grab Bike dalam Penggunaan Teknologi Komunikasi Tepat Guna untuk Mengembangkan Bisnis Transportasi)," in *Seminar Nasional INDOCOMPAC*, Jakarta, 2016.