



## ***Beyond Satisfaction* dalam pemenuhan kepuasan dan loyalitas Konsumen atas layanan jasa Grab di Tulungagung**

Sultan Hakim Maarif<sup>1</sup>, Dede Nurohman<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung

<sup>1</sup>[sultanhh2407@gmail.com](mailto:sultanhh2407@gmail.com), <sup>2</sup>[de2nur71@gmail.com](mailto:de2nur71@gmail.com)

### **Info Artikel**

#### ***Sejarah artikel:***

Diterima 13 Desember 2022

Disetujui 18 Januari 2023

Diterbitkan 25 Februari 2023

#### ***Kata kunci:***

Perkembangan era modern;  
Pemenuhan kepuasan;  
Loyalitas konsumen;  
Perusahaan; Dunia  
transportasi

#### ***Keywords :***

*The development of the modern era; Fulfillment satisfaction; Consumer loyalty; Company; The world of transportation*

### **ABSTRAK**

Perkembangan era modern saat ini, salah satunya yaitu perkembangan dunia transportasi di Indonesia khususnya di kota Tulungagung, yang menjadi fokus penelitian yaitu pelayanan dari driver Grab yang beracuan pada standart operasional prosedur dari perusahaan untuk pelayanan terhadap konsumen demi pemenuhan kepuasan dan loyalitas konsumen. Penelitian ini bertujuan menguak pelayanan yang dilakukan driver Grab dalam pemenuhan kepuasan pelanggan melalui implementasi terhadap standart operasional prosedur yang berlaku dalam perusahaan, penelitian ini menggunakan metode kualitatif dimana hasil penelitian berupa wawancara yang di lakukan kepada driver Grab dan konsumen dari Grab di kota Tulungagung. Hasil penelitian penerapan pelayanan di lapangan ada kalanya berbeda dari ketentuan perusahaan, dari segi aspek apapun pekerja lapangan lebih mengerti pelanggan. Pelayanan di luar SOP sangatlah perlu di lakukan asal masih dalam tarap kewajaran, aman untuk di lakukan dan juga membuat terjadinya kesinambungan hubungan antara penjual jasa dan pelanggan. Konsep pelayanan lebih di lakukan seorang driver Grab dengan tujuan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

### **ABSTRACT**

*The development of the current modern era, one of which is the development of the world of transportation in Indonesia, especially in the city of Tulungagung, is the focus of research, namely the service of Grab drivers, which refers to standard operating procedures from companies for service to consumers in order to fulfill customer satisfaction and loyalty. This study aims to reveal the services provided by Grab drivers in fulfilling customer satisfaction through the implementation of standard operating procedures that apply within the company. This study uses a qualitative method, where the results of the research are in the form of interviews conducted with Grab drivers and consumers of Grab in the city of Tulungagung. The results of research on the application of services in the field sometimes differ from the provisions of the company in terms of any aspect field workers understand customers better. Services outside the SOP really need to be done as long as they are still at a reasonable level, safe to do, and also make the relationship between the service seller and the customer sustainable. The concept of service is more carried out by a Grab driver with the aim of customer satisfaction and loyalty.*



©2022 Penulis. Diterbitkan oleh Program Studi Akuntansi, Institut Koperasi Indonesia.

Ini adalah artikel akses terbuka di bawah lisensi CC BY NC

(<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

## **PENDAHULUAN**

Pengguna internet yang ada di Indonesia per bulan Febuari 2022 ini mengalami kenaikan sebesar 1% dari 202,6 juta ke 204,7 juta dan begitu juga pengguna media sosial aktif mengalami kenaikan dari 170 juta menjadi 191,4 juta atau sebesar 12,6%. Jika mendetailkan kembali data yang di sajikan ini akan muncul data perharinya rata-rata masyarakat Indonesia memnfaatkan media sosial dengan perangkat apapun selama 3 jam 17 menit (Setiawan et al., 2022). Secara global Indonesia menjadi negara dengan jumlah startup tertinggi kelima setelah Amerika, India, Inggris, dan Kanada, hal ini menjadikan Indonesia dalam skala Asia menjadi peringkat kedua negara dengan jumlah startup tertinggi setelah India (Dellyana, D., Purnama, I., Zaky, M. A., Arina, N., & Dhewanto, 2021). Banyak startup bermunculan di Indonesia, hingga saat ini sudah mencapai ribuan. Dari data laporan Startup Ranking, Di Indonesia memiliki 2.346 startup secara nasional. Dari jumlah ini, Indonesia menjadi yang paling tinggi di Asia Tenggara. Jumlah ini mengalahkan Singapura dengan 1.013, Filipina dan Malaysia di urutan berikutnya yaitu ketiga dan keempat dengan masing-masing 308 dan 307. Kemudian Vietnam dan Thailand dengan total 173 dan 147. Lalu ada 48 startup di Myanmar. Berikutnya Kamboja, Brunei

Darussalam, dan Laos masing-masing memiliki 12, 6, dan Timor-Leste kini menjadi negara dengan startup paling sedikit di Asia Tenggara yaitu dengan jumlah 2 startup (Cindy Mutia Annur, 2022).

Pemanfaatan teknologi informasi berbasis digital menjadi kunci memasuki era globalisasi. Tidak luput berkembangnya dengan pelayanan secara online atau sering di sebut pelayanan elektronik, Pelayanan elektronik merupakan suatu kata yang sering dijumpai, seringkali terdapat pada penyediaan layanan melewati media internet, maka pelayanan elektronik adalah perbandingan internet, bisa jadi sebuah pelayanan non komersil, pada umumnya di sediakan pemerintah. Pelayanan online merupakan layanan secara online yang terdapat di internet, yang mana transaksi dikatakan valid untuk membeli maupun menjual (Sahir et al., 2020).

Pelayanan pesan-antar daring (dalam jaringan) atau di sebut pemesanan online berbasis aplikasi telah menggeser perilaku konsumen, seperti halnya penjualan dan pembelian makanan/minuman, sebelum ada internet, ketika lapar, pilihanya hanya dua yaitu berkorban tenaga untuk membeli makanan di luar, atau dengan pilihan yang kedua yaitu melakukan sendiri. Namun sekarang ini terdapat solusi yang lebih efisien terhadap permasalahan tersebut, yaitu dengan menggunakan teknologi yang sudah berkembang saat ini semua orang dapat melakukan transaksi secara mudah dan cepat dengan menggunakan smartphone yang di gunakan sebagai media alternatif yang memberikan kemudahan bagi pelayanan pemenuhan kebutuhan makanan secara online (Defina, S. S., Ansori, M., Krishandini, S. S., & Renny Soelistiyowati, 2021).

Dan peran dunia usaha dalam era 4.0, lahir berbagai inovasi baru yang pada era sebelumnya belum terpikirkan. Salah satunya berkembangnya transportasi online. Verkkokuletus adalah layanan transportasi online dalam setiap transaksi, mulai dari pemesanan hingga pelacakan rute hingga pembayaran dan penilaian layanan itu sendiri. (Pratama & Suradi, 2016) Adanya kebutuhan transportasi di masyarakat membuat peluang bisnis yang di dimanfaatkan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan hal itu. Modal transportasi juga menjadi salah satu kebutuhan, digunakan untuk menopang roda perekonomian. Salah satunya adalah peluang bisnis untuk melakukan merger perusahaan dengan media online. Pentingnya transportasi dalam penunjang perkembangan ekonomi yaitu meningkatkan hubungan antar pemilik barang dan pemilik kendaraan untuk menjalankan transaksi sebuah dengan kebutuhan yang di inginkan (Romli, 2018).

Tidak menuntut kemungkinan ikut berkembangnya dunia transportasi di Indonesia, yaitu mulai adanya perusahaan jasa transportasi online di Indonesia. Belakangan ini perkembangannya sangat pesat pada sektor bidang transportasi digitalisasi, di karenakan perubahan transportasi konvensional menjadi online, Perusahaan yang dapat beradaptasi pada Revolusi industri 4.0, yaitu GoJek dan Grab. Hal ini di karenakan perusahaan tersebut dapat memenuhi keinginan dan kepuasan dari konsumen dengan pelayananya. Seperti menambah moda transportasi tidak hanya kendaraan roda 2/motor, tetapi juga penambahan di sektor kendaraan roda 4/mobil. Tidak hanya itu perusahaan tersebut memberikan pelayanan yang sangat mendukung di semua kondisi kegiatan mobilitas masyarakat modern. Di tambah lagi di era pandemi pelayanan yang kita rasakan seperti memesan makanan, minuman, mengantar barang ataupun akomodasi lainnya sangat di permudah dan memudahkan bagi masyarakat akan kualitas pelayanan dari perusahaan tersebut (Faisal, 2022).

Di perkuat dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Anindhita et al., 2016) yang menyatakan operasional masyarakat saat ini semakin dipermudah dengan adanya layanan ojek online, terutama untuk pemesanan. Dimana saja, kapan saja, cepat dan real-time, orang dapat dengan mudah berpindah ke mana saja ketika aplikasi yang menghubungkan ke internet. Perusahaan pengguna aplikasi online untuk memfasilitasi transportasi cadangan termasuk Gojek maupun Grab Bike. Dalam menggunakan Ojek Online teknologi komunikasi selalu konsisten dan tepat menjawab masalah sosial dan kepedulian masyarakat terhadap angkutan umum, khususnya di ibu kota. Dengan penyedia jasa transportasi online kemudahan serta kenyamanan bagi konsumennya.

Pelayanan Grab merupakan tindakan kongkrit dari perusahaan Grab melalui driver Grab kepada konsumen, dimana driver melakukan tindakan pemenuhan keinginan dari konsumen berupa pelayanan dengan tujuan terpenhinya keinginan dan tercapainya kepuasan konsumen dengan memberikan kemudahan bagi pengguna layanan jasa transportasi Grab. Ada beberapa jenis pelayanan yang di berikan perusahaan Grab kepada masyarakat, yaitu Grab Food, Grab Car, Grab Bike, dan Grab Ekspres (Zaid & Anam, 2021). Grab mempunyai standar operasional prosedur (SOP) dalam melayani konsumen atau pelanggan. Namun, standar operasional prosedur tersebut dalam praktik pelayananya belum sepenuhnya bisa memenuhi keinginan maupun kepuasan konsumen. Dan pada akhirnya seorang

konsumen meminta pelayanan di luar standar operasional prosedur (SOP) yang berlaku. Seperti, (1) pelayanan yang berkaitan dengan titi kantar atau titik jemput, (2) pelayanan pesanan di luar aplikasi, (3) pelayanan mengenai kecepatan berkendara, (4) pelayanan terkait penggunaan atribut.

Dalam kondisi demikian seorang driver Grab pada umumnya melalui implementasi terhadap SOP yang ada, dengan tujuan memenuhi keinginan dari konsumen, bagi driver kepuasan konsumen menjadi sebuah prioritas utama, bukan saja untuk memenuhi keinginan konsumen, tetapi lebih dari itu, yaitu untuk mendapatkan loyalitas ataupun kesetiaan konsumen agar tetap menggunakan jasa Grab. Sehingga penelitian ini bertujuan untuk berupaya mengungkap “*extra customer satisfaction*” yang dilakukan oleh driver Grab dalam memenuhi keinginan atau kebutuhan konsumen maupun pelanggan, baik pelayanan mengantar makanan atau minuman dan jasa transportasi.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif menggunakan pendekatan kualitatif, yang mana menurut (Sugiyono, 2019) metode penelitian kualitatif sering disebut metode penelitian naturalistik karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah. Sedangkan menurut (Albi Anggito, 2018) penelitian kualitatif merupakan sebuah penelitian yang hasilnya tidak menggunakan perhitungan statistik atau metode kuantitatif lainnya. Metode penelitian kualitatif merupakan sebuah metode penelitian yang menggunakan data deskriptif baik berupa laporan tertulis atau lisan berupa hasil wawancara dari berbagai pelaku yang dapat diambil dan di amati di dalam lokasi penelitian. Dalam hal ini mengacu pada kualitas, nilai dan pentingnya suatu fakta yang dapat diungkapkan dan dijelaskan kemudian di simpulkan melalui linguistik, bahasa maupun kata-kata (Luthfiyah, 2018). Pengumpulan data merupakan sebuah langkah yang paling utama dalam melakukan sebuah penelitian. Hal ini karena tujuan utama dari di lakukanya penelitian yaitu memperoleh data yaitu teknik yang digunakan adalah Teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi (Suharjono et al., 2020). Teknik analisis kualitatif yang digunakan oleh peneliti untuk memperoleh hasil temuan penelitian secara mendetail dalam menyajikan dan menyimpulkan data hasil penelitian. Dengan beracuan niat dan tujuan untuk dapat menggambarkan suatu kondisi tertentu secara faktual, sistematis, dan akurat. Tahapan analisis data oleh Miles dan Huberman didalam (Rokhmat Subagiyo, 2017) yaitu pengumpulan data, reduksi data, dan penyajian data.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Hasil**

#### **Titik orderan**

- a) SOP Grab : Melakukan pelayanan sesuai titik orderan yang di order oleh konsumen, baik berupa penjemputan maupun pengantaran.
- b) Yang di lakukan driver :

Endik Cahyono (38 tahun)

*“bawasanya pelayanan yang di berikan driver kepada pelanggan biasanya berupa formalitas yang ada di SOP perusahaan akan tetapi kita sebagai driver juga memiliki cara tersendiri supaya pelanggan itu puas terhadap pelayanan yang kita berikan, seperti halnya kita mengantar apapun itu sesuai dengan keberadaan pelanggan bukan titik yang ada pada aplikasi yang tertera pada orderan soalnya terkadang titik orderan itu salah” (20 agustus 2022).*

Sultan Hakim Maarif (23 tahun, Peneliti)

*“ada kalanya pelayanan yang di lakukan seorang driver Grab itu terjadi di luar SOP yang telah di tetapkan oleh perusahaan, akan tetapi tetap di lakukan demi kepuasan pelanggan dan loyalitasnya, saya sering melakukan pengantaran orderan yang tidak sesuai dengan titik di aplikasi orderan dengan tujuan meskipun titik tujuan di aplikasi dengan lokasi pelanggan sebenarnya lumayan jauh saya tetap mengantar sesuai keinginan/keberadaan konsumen saya”.*

Masalah terkait titik orderan yang sering terjadi di lapangan yaitu berkaitan dengan masalah titik jemput maupun titik pengantaran, dari sebuah kebijakan yang di terapkan perusahaan, seorang driver seharusnya mematuhi aturan tersebut, akan tetapi persoalan di lapangan berkata lain, biasanya titik pengantaran atau penjemputan sering kali meleset dan mengharuskan driver untuk menjemput/mengantarkan ke tempat yang sebenarnya pelanggan berada/tuju demi keinginan dan kepuasan pelanggan.

c) Pendapat konsumen :

Jauharotul Hanifah (23 tahun)

*“Transportasi berbasis aplikasi Grab sebenarnya merupakan bisa dikatan jawaban atas kebutuhan yang di perlukan masyarakat akan kemudahan, nyaman, cepat, dan pelayananya, karena pelayanan yang di berikan sangat baik dan fleksibel tergantung kebutuhan yang di perlukan konsumen, saya sangat merasa terbantu oleh adanya pelayanan dari Driver grab di kota Tulungagung, masalahnya saya sering order akan tetapi titik orderan saya selalu tidak akurat dengan lokasi saya. Jadi saya harus meminta driver untuk mengantar sesuai keberadaan saya, bukan sesuai titik orderan pada aplikasi” (25 agustus 2022)*

### **Orderan di luar aplikasi**

a) SOP Grab : Driver memberikan pelayanan orderan sesuai dengan yang ada di aplikasi.

b) Yang di lakukan driver :

Naufal (25 tahun)

*“selama yang saya alami biasanya customer meminta saya untuk membelikan sesuatu seperti rokok yang notabnya orderan di luar aplikasi, dan hal tersebut saya lakukan demi pelanggan saya puas dan memberikan apresiasi lebih terhadap kinerja saya” (23 agustus 2022)*

Terkadang suatu kondisi mengharuskan seorang driver menerima orderan tanpa aplikasi demi kepuasan dan kualitas pelayanan yang di berikan kepada pelanggan, biasanya seorang konsumen menginginkan akan hal tersebut, maka dari itu untuk melayani konsumen dengan kualitas pelayanan yang baik maka seorang driver memenuhi permintaan pelanggan pada saat situasi dan kondisi tertentu. Keputusan driver melakukan hal tersebut di dasari keinginan driver memberikan pelayanan lebih kepada pelanggan demi kepuasan dan loyalitas pelanggan menggunakan layanan jasa Grab.

c) Pendapat konsumen :

Rizaq Ainun (26 tahun)

*“Transportasi Grab Khususnya di daerah Tulungagung sangat membantu dan bermanfaat khususnya bagi saya, terutama memenuhi keperluan saya, terkadang saya saat order atau melakukan pemesanan sering saya meminta kepada driver untuk di belikan suatu barang di luar orderan yang menjadi kebutuhan saya biasanya yang sering saya minta ke driver yaitu membelikan rokok” (25 agustus 2022)*

### **Atribut Grab**

a) SOP Grab : Driver diwajibkan menggunakan atribut yang di berikan Grab dalam menjalankan orderan.

b) Yang di lakukan driver :

Muhamad Safiudin (33 tahun)

*“saya pernah mas di suruh melepas atribut saya yang jelas jelas itu melanggar peraturan, akan tetapi saya lakukan sebagai wujud dedikasi saya terhadap kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang saya berikan, suatu waktu itu saya di suruh melepas jaket saya karena saya di suruh sebagai temanya yang menjemput customer saya” (20 agustus 2022)*

Kondisi seperti ini bisa terjadi dalam pelayanan driver Grab, hal ini merupakan bentuk pelayanan lebih serta kualitas pelayanan yang di tonjolkan serta dedikasi dari seorang driver kepada pelangganya, driver melakukan suatu pelayanan tambahan terkait melepas atribut merupakan bentuk extra customer service yang di lakukan driver Grab.

c) Pendapat konsumen :

Wenni (22 tahun)

*“saya memeasan Grab Bike pernah dengan tujuan saya untuk pergi ke acara yang di lakukan teman saya, akan tetapi saya menyuruh driver untuk melepas atribut jaketnya agar saya di perbolehkan pergi dengan alasan di antarkan oleh teman saya, saya senang mas drivernya mau menuruti keinginan saya, kalau tidak mau, mungkin saya tidak jadi order ” (23 agustus 2022)*

### Kecepatan berkendara

a) SOP Grab : Driver tidak boleh mengendarai kendaraan di atas kecepatan 50 km/jam saat mengantarkan penumpang.

b) Yang di lakukan driver :

Nurul Ikhsan (25 tahun)

*“kita seharusnya mengerti kondisi penumpang seperti apa keinginan penumpang seperti apa, berkendara cepat bukan berarti buruk, berkendara secara normal juga belum beratibagus untuk pelanggan, semua ada alasannya, kita sebagai pengemudi juga harus mengerti kondisi dan keinginan Customer seperti apa, pernah saya mengantar seorang mahasiswi yang mengejar keberangkatan kereta api dan mengantar ibu-ibu yang pergi ke kantor secara tergesa gesa dan ingin segera cepat sampai” (20 agustus 2022)*

Hal seperti ini tentunya bersifat kondisional, memang secara SOP seorang driver di larang berkendara dengan kecepatan di atas 50 km/jam, karena membahayakan penumpang. Akan tetapi fakta di lapangan berubah, biasanya seorang memesan ojek online dengan keadaan terburu-buru dan ingin mengejar waktu, biasanya penumpang menyuruh Driver untuk berkendara lebih kencang untuk memenuhi keinginan pelanggan. Konsep kualitas pelayanan yang di lakukan seorang driver kepada pelanggan merupakan pelayanan lebih yang bertujuan demi kepuasan pelanggan itu sendiri, hal ini menjadi tidakan konsekuensial bagi driver Grab demi kepuasan dan loyalitas pelanggan.

c) Pendapat konsumen :

Rizaq Ainun (26 tahun)

*“saya sering memesan Grab untuk pergi bekerja akan tetapi biasanya saya ordernya mepet jam telat tempat pekerjaan saya, jadi saya sering menyuruh driver untuk benkendara kencang agar saya tidak telat saat berangkat kerja” (25 agustus 2022)*

Motivasi seorang driver melakukan tindakan pelayanan di luar standar operasional prosedur (SOP) bertujuan demi memenuhi keinginan dan kepuasan pelanggan, bisa di artikan tidakan seperti ini bersifat kontradiktif terhadap peraturan yang di berikan perusahaan, akan tetapi secara tidak langsung berdampak positif juga bagi driver ataupun perusahaan.

Khoirul Soliqin (40 tahun) mengatakan,

*“Perusahaan Grab merupakan jenis perusahaan yang bergerak di bidang jasa transportasi. Maka dari itu kualitas pelayanan atau jasa dari driver seperti kita ini merupakan faktor yang penting dan berpengaruh bagi perusahaan maupun pada konsumen dalam memenuhi tingkat kepuasan bagi pelanggannya, karena tidak adanya wujud produk yang di hasilkan perusahaan. Kualitas pelayanan dapat diketahui melalui perasaan konsumen atas pelayanan yang sebenarnya mereka harapkan atau di inginkan.” (20 agustus 2022)*

Dari teori pelayanan yang di kemukakan bawasanya seorang driver melakukan pelayanan sesuai keinginan dari pelanggan dengan berorientasi tentang kepuasan dari konsumen, tanpa berharap motif lain seperti adanya kesempatan meminta tambahan upah ataupun sejenis lainnya. Pelayanan yang di lakukan memang murni karena bertujuan memenuhi kepuasan konsumen.

Endik Cahyono (38 tahun) menambahkan, bahwa :

*“Tindakan pelayanan di luar SOP yang di lakukan driver-driver Grab khususnya mengenai pelayanan memang murni memenuhi keinginan dari konsumen itu sendiri, tapi memang tidak bisa di pungkiri terkadang juga banyak konsumen yang memberi apresiasi lebih kepada driver yang melakukan pelayanan, biasanya berupa di kasih uang tambahan, itupun memang dari konsumen sendiri yang inisiatif memberi, bukan driver yang meminta” (11 november 2022).*

Kualitas layanan merupakan tingkat layanan yang diberikan oleh seorang kepada konsumen, dapat dibandingkan dengan harapan yang di inginkan konsumen tersebut. Kualitas pelayanan dapat dicapai dengan cara memenuhi kebutuhan dan keinginan dari konsumen serta menyediakan barang atau jasa yang memenuhi atau melebihi harapan dari pelanggan tersebut (Fandy Tjiptono, 2012).

### Pembahasan

Kepuasan adalah tingkat emosi atau tingkat perasaan dari konsumen yang dicapai setelah konsumen melakukan/menggunakan sesuatu atau mendapatkan pelayanan. Oleh karena itu kepuasan konsumen dapat diartikan sebagai perbedaan antara suatu yang diharapkan konsumen (*expected value*) dan apa yang diberikan oleh perusahaan untuk memenuhi yang di harapkan oleh konsumen (*kinerja*

*perusahaan*). Untuk menghasilkan kepuasan dari konsumen, produk yang disediakan oleh organisasi/perusahaan harus memiliki kualitas yang baik. Kualitas mencerminkan semua aspek penawaran produk yang dapat menguntungkan pelanggan. Kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau perasaan kecewa seseorang konsumen yang diperoleh dari membandingkan perasaan mereka terhadap kinerja (hasil) produk dengan harapan mereka dan dengan pembandingan perusahaan lainnya. Loyalitas konsumen adalah kepuasan dari konsumen dan kepuasan tersebut berkelanjutan dalam menggunakan fasilitas maupun layanan yang disediakan oleh perusahaan dan tetap menjadi pelanggan setia terhadap perusahaan. Loyalitas merupakan bukti bahwa konsumen atau pelanggan yang selalu memiliki sikap yang kuat dan positif terhadap hasil dari perusahaan.

Dari pembahasan di atas, kita dapat melihat bahwa loyalitas adalah bukti konsumen yang selalu menjadi pelanggan yang memiliki kekuatan dan sifat positif atas perusahaan tersebut (Kurniawan, 2017). Konsep sebuah teori pembahasan di atas di perkuat atau di landasi dari beberapa penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Elvina, 2016) dimana menemukan hasil yaitu sikap masyarakat daerah Jakarta pengguna layanan jasa grab yaitu positif yang artinya berhasil membuat masyarakat Jakarta untuk mengetahui dan menyukai dan kemudian memutuskan untuk menggunakan aplikasi Grab sebagai alat berakomodasi. Sikap tersebut juga di dasari oleh penyampaian stimulus penyampaian promosi terhadap pelayanan, dan relevansi penelitian terdahulu dan penelitian ini yaitu memfokuskan pandangan masyarakat pengguna layanan jasa Grab dan adanya Grab di kota Tulungagung ini berdampak positif dan di terima secara baik oleh masyarakat kota Tulungagung. Selanjutnya sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Santosa & Mashyuni, 2021) dengan menyatakan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi, berikutnya kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi, berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa kualitas iklan dan pelayanan dapat berpengaruh besar terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa transportasi online, serta relevansi dari hasil penelitian tersebut hubungan penelitian terlebih dahulu yaitu, kekuatan kualitas pelayanan berpengaruh besar terhadap kepuasan konsumen dan dapat ber kaitan erat selain itu berpengaruhnya kepada loyalitas konsumen Grab. Penelitian yang dilakukan oleh (Yunizar & Utami, 2020) yang menemukan Driver Gojek seharusnya menjalankan orderan sesuai SOP perusahaan, akan tetapi seringkali perusahaan merubah sistem pada kinerja dan hasil. Karena hal itu banyak hal hal yang di lakukan driver Gojek yang menyalahi aturan dan menjalankan pelayanan, dan hal itu berpengaruh terhadap hasil kepuasan dan pelayanan kepada pelanggan, sehingga relevansi dari hasil penelitian terdahulu dan penelitian saat ini, yaitu penelitian ini yaitu menyangkut pelayanan yang di lakukan driver diluar SOP dari sebuah interpretasi seorang driver terhadap aturan perusahaan dengan tujuan pelayanan kepada pelanggan. Pelayanan lebih atau *extra customer satisfaction* merupakan sebuah tindakan yang dilakukan seseorang driver demi pelayanan yang lebih baik dan kepuasan dari konsumen. Konsep pelayanan lebih berdampak ke loyalitas yang di dapat dari konsumen kepada driver ataupun perusahaan penyedia layanan, dari sebuah tindakan driver yang melakukan tindakan pelayanan di luar standar operasional prosedur sebuah perusahaan yang di tetapkan.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian penerapan pelayanan di lapangan ada kalanya berbeda dari ketentuan perusahaan, dari segi aspek apapun pekerja lapangan lebih mengerti pelanggan. Pelayanan di luar SOP sangatlah perlu di lakukan asal masih dalam tarap kewajaran, aman untuk di lakukan dan juga membuat terjadinya kesinambungan hubungan antara penjual jasa dan pelanggan. Konsep pelayanan lebih di lakukan seorang driver Grab dengan tujuan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Di lapangan sendiri mengenai pelayanan sangatlah di tuntutan fleksibel akan apa hal yang di hadapi di depannya, tuntutan seperti itu yang terkadang menjadi pro dan kontra antara SOP perusahaan dan keinginan dari konsumen, bisa di bilang sebuah pelanggaran jika di arahkan pada peraturan perusahaan. Di lain sisi juga perlakuan pelayanan tersebut sudah sesuai dengan keinginan pelanggan. Setidaknya secara tidak langsung akan berpengaruh terhadap perusahaan maupun bagi para driver itu sendiri. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Kualitas pelayanan harus menjadi prioritas, karena berpengaruh positif terhadap keputusan pelanggan menggunakan layanan jasa secara berulang. Kesimpulan yang sesuai dengan hasil penelitian yaitu kualitas pelayanan yang di berikan driver kepada konsumen memberikan respon positif terhadap masyarakat pengguna Transportasi Online Grab di kota Tulungagung. Pelayanan lebih berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dari pelanggan atau pengguna layanan jasa Transportasi Online Grab di kota Tulungagung. Pelayanan lebih

berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas dari pelanggan pengguna layanan jasa Transportasi Online Grab di kota Tulungagung.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Anindhita, W., Arisanty, M., & Rahmawati, D. (2016). 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). *Prosiding Seminar Nasional Indocompac*.
- Cindy Mutia Annur. (2022). *Saingi Singapura, Jumlah Startup Indonesia Terbanyak di Asia Tenggara*. Katadata.Com.
- Defina, S. S., Ansori, M., Krishandini, S. S., & Renny Soelistiyowati, S. S. (2021). *Warna-Warni BIPA: Pembelajaran Tingkat A2*. PT Penerbit IPB Press.
- Dellyana, D., Purnama, I., Zaky, M. A., Arina, N., & Dhewanto, W. (2021). *Startup Tools*. Bitread Publishing.
- Elvina, M. (2016). Sikap Masyarakat Jakarta Pengguna Aplikasi Grab Terhadap Brand Baru Grab. *Jurnal E-Komunikasi*, 4(1).
- Faisal, S. A. W. H. A. A. (2022). *Transformasi Digital: Perspektif Organisasi, Talenta, Dan Budaya Digital*. Dd Publishing.
- Kurniawan, A. I. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Puskesmas Bihbul Kopo Kabupaten Bandung 2016)*. Universitas Widyatama.
- Luthfiyah, M. F. (2018). *Metodologi penelitian: penelitian kualitatif, tindakan kelas & studi kasus*. CV Jejak (Jejak Publisher).
- Pratama, G. Y., & Suradi, A. (2016). Perlindungan Hukum Terhadap Data Pribadi Pengguna Jasa Transportasi Online Dari Tindakan Penyalahgunaan Pihak Penyedia Jasa Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. *Diponegoro Law Journal*, 5(3), 1–19.
- Rokhmat Subagiyo. (2017). *Metode Penelitian Ekonomi Islam: Konsep dan Penerapan*. Alim's Publish.
- Romli, A. S. M. (2018). *Jurnalistik online: Panduan mengelola media online*. Nuansa Cendekia.
- Sahir, S. H., Fadhli, M., Sudirman, A., Hasibuan, A., Chamidah, D., Salmiah, S., Sherly, S., Revida, E., Simarmata, J., & Purba, S. (2020). *Keterampilan Manajerial Efektif*. Yayasan Kita Menulis.
- Santosa, D. G. W., & Mashyuni, I. A. (2021). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Grab Di Kota Denpasar. *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 1(1), 290–302.
- Setiawan, F., Somae, E. T., Widodo, H., Fariadi, R., Abdi, N. S., Arqam, M. L., Syuhada', M. N., & Puspitarini, D. (2022). *Dakwah Muhammadiyah dalam Masyarakat Digital: Peluang dan Tantangan Kado Mukhtamar Muhammadiyah #48 dari Universitas Ahmad Dahlan*. UAD PRESS.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Suharjono, S. E., Apriyanto, I. H., Titik Haryanti, S. E., Hussaen, S., Setiyawan, H., SE, M., ... & No, A. I. (2020). *Panduan Penulisan Skripsi Dan Tugas Akhir: Politeknik Tunas Pemuda Tangerang*. Scopindo Media Pustaka.
- Yunizar, R., & Utami, D. U. (2020). Konsep Diri Driver Dalam Perubahan Kebijakan Gojek. *Paradigma*, 9(1).
- Zaid, Z., & Anam, S. (2021). *Ekuitas Merek dan Advokasi Pelanggan Melalui Strategi Gamifikasi dan Kualitas Pelayanan*. Academia Publication.