

## FAKTOR PENGHAMBAT PELAYANAN PRIMA *DRIVER* GOJEK

(Studi kasus di Komunitas *Driver* Gojek GePeng Ungaran Kabupaten Semarang)

Pitaloka Dharma Ayu<sup>(1)</sup>, Fajar Suryatama<sup>(2)</sup>, Hisnatur Rohmah<sup>(3)</sup>

Universitas Darul Ulum Islamic Centre Sudirman GUPPI

[ayuloka@gmail.com](mailto:ayuloka@gmail.com), [fsuryatama@gmail.com](mailto:fsuryatama@gmail.com), [hisnarohmah@gmail.com](mailto:hisnarohmah@gmail.com)

### Abstrak

Permintaan order layanan transportasi online mengalami penurunan yang signifikan sejak awal tahun 2023. Menurunnya order semakin diperparah dengan adanya pesaing (Maxim, Grab dan ShopeeFood) dengan promosi yang gencar, harga yang lebih kompetitif (murah) dan program diskon yang menarik. Sebaliknya, program Gojek 2023 kurang mendukung untuk menarik minat pelanggan baru, yaitu program *loyalty customer*, dimana untuk diskon semakin dikurangi tetapi lebih fokus peningkatan loyalitas pelanggannya. Program ini salah satu strateginya melakukan pelayanan prima. Realita dilapangan, banyak faktor yang menghambat para mitra driver untuk melakukan pelayanan prima.

Penelitian ini mencoba menggali secara mendalam permasalahan yang menjadi penghambat *driver* Gojek dalam melayani konsumen secara maksimal. Strategi untuk konsisten dalam Pelayanan Prima adalah menjadikan pelayanan prima sebagai *way of life*/pandangan hidup driver ketika *onbid*, sehingga dalam segala aktivitas dan kegiatan kerja selalu didasari dengan jiwa memberikan kebahagiaan bagi konsumen

**Kata kunci :** Faktor Penghambat, Pelayanan Prima, *Driver* Gojek.

## BAB I

### Pendahuluan

#### Latar Belakang Masalah

Menjelang tahun 2023, berbagai prediksi para ahli ekonomi menyatakan bahwa sepanjang tahun tersebut akan diwarnai dengan krisis ekonomi dampak dari berbagai peristiwa diseluruh dunia, salah satu dampak yang sangat berpengaruh adalah perang antara Rusia-Ukraina yang sudah berjalan hampir 1(satu) tahun dan tidak menunjukkan tanda-tanda perang tersebut akan berakhir. Perang ini semakin memperburuk kondisi perekonomian dunia setelah badai Covid-19 yang belum lama berakhir. Rusia-Ukraina merupakan salah dua negara penghasil dan pen-suplai minyak dunia, sehingga konflik keduanya sangat mengganggu ketersediaan minyak mentah di pasar dunia. Hal ini diperparah dengan keikutsertaan negara-negara pendukung Rusia-Ukraina untuk ikut terlibat secara tidak langsung (men-suplai senjata, makanan dan lain-lain) yang pada akhirnya ikut menguras sumber daya ekonomi negara-negara tersebut.

Kondisi ekonomi Indonesia terdampak secara tidak langsung dari peristiwa tersebut, banyak perusahaan-perusahaan yang ekspor produk ke negara eropa dan amerika mengalami ketersendatan bahkan *stagnasi* order. Efeknya, beberapa perusahaan ada yang melakukan pengurangan karyawan bahkan menutup operasional perusahaan. Hal ini masih ditambah dengan kondisi persaingan yang semakin sengit dengan sesama perusahaan didalam negeri maupun gempuran produk impor yang berharga lebih murah.

Fenomena-fenomena ekonomi diatas pada akhirnya mempengaruhi daya beli masyarakat menjadi semakin melemah, masyarakat cenderung berhati-hati dalam melakukan keputusan pembelian, mereka lebih mengutamakan pembelian kebutuhan pokok dan *saving*. Penurunan daya beli ini berimbas pula disektor transportasi online, permintaan order layanan transportasi online mengalami penurunan yang signifikan, hasil observasi di lapangan, sejak awal tahun 2023, jumlah order mulai mengalami penurunan. Menurunnya order semakin diperparah dengan adanya pesaing (Maxim, Grab dan Shopeefood) dengan promosi yang gencar, harga yang lebih kompetitif (murah) dan program diskon yang menarik. Sebaliknya, program Gojek 2023 justru kurang mendukung untuk menarik minat pelanggan baru, yaitu program *loyalty customer*, dimana untuk diskon semakin dikurangi tetapi lebih fokus peningkatan loyalitas pelanggannya.

Program meningkatkan dan mempertahankan loyalitas pelanggan, salah satunya dengan melakukan pelayanan prima atau *service excellent*. Pada dasarnya, pelayanan prima adalah mengambil tindakan untuk menciptakan nilai tambah bagi pelanggan dan selalu lebih baik secara terus-menerus. Gojek telah memberikan edukasi bagi mitra *driver*-nya mengenai pelayanan prima baik melalui modul online Tips Pintar di aplikasi Go Partner, maupun sosialisasi online dan offline pada acara Kopdar yang diadakan oleh Gojek.

Secara teori, sebagian besar mitra *driver* Gojek sudah memahami bagaimana melakukan pelayanan prima yang membahagiakan konsumen, seperti; 1. penampilan yang bersih dan wangi, 2. Kendaraan, jaket, helm, sepatu dan celana yang bersih dan rapi, 3. senyum, sapa dan salam dengan sopan, 4. mengemudi dengan hati-hati, 5. Mentaati peraturan lalu-lintas dan sebagainya, akan tetapi, kenyataan di lapangan, banyak hal yang menghambat para mitra driver untuk melakukan pelayanan prima.

Penelitian ini akan mencoba menggali lebih dalam mengenai fenomena tersebut diatas, untuk mencari tahu, faktor penghambat apa saja yang membuat mitra *driver* kesulitan dalam melakukan *service excellent* guna mendukung program *loyalty customer* yang dicanangkan oleh manajemen Gojek.

### **Perumusan Masalah**

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Faktor-faktor apa saja yang menjadi penghambat bagi mitra *driver* Gojek untuk melakukan pelayanan prima ?
2. Bagaimana solusi untuk mitra *driver* agar bisa lebih maksimal dalam melayani para konsumen Gojek ?

### **Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang menjadi penghambat bagi mitra *driver* Gojek dalam melakukan pelayanan prima ?
2. Untuk mencari solusi bagi mitra *driver* agar dapat lebih maksimal dalam melayani para konsumen Gojek.

### **Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penulis bisa memberikan kontribusi bagi aplikator Gojek dan mitra *driver* Gojek pada khususnya agar dapat lebih men-*support* dan men-sukseskan program *loyalty customer* Gojek 2023.
2. Memberikan referensi bagi para pelaku usaha jasa, utamanya bidang transportasi agar bisa lebih baik dalam melayani konsumennya.

## **BAB II**

### **Landasan Teori**

#### **Tinjauan Pustaka**

##### **Pelayanan Prima**

<https://www.djkn.kemenkeu.go.id> Pelayanan prima merupakan tindakan atau upaya yang dilakukan perusahaan atau organisasi tertentu untuk memberikan pelayanan maksimal dengan tujuan agar pelanggan atau masyarakat bisa mendapatkan kepuasan atas pelayanan yang dilakukan.

<https://cxsense.com> Pelayanan prima adalah bentuk pelayanan maksimal yang diberikan oleh sebuah perusahaan atau lembaga untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan.

3(tiga) sikap utama dalam pelayanan prima;

1. Sikap atau *attitude*  
Diwujudkan dalam bentuk sikap yang ramah dan tanggung jawab terhadap produk atau layanan yang diberikan.
2. Perhatian atau *attention*  
Diwujudkan dalam bentuk perhatian terhadap pelanggan atau masyarakat yang menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan.
3. Tindakan atau *action*  
Diwujudkan dalam pemberian layanan secara maksimal.

Pelayanan prima adalah mengambil tindakan untuk menciptakan nilai tambah bagi pelanggan dan selalu lebih baik secara terus-menerus. (Muhammad aristian, Mega Kopdar Mitra Gojek Nusantara 2023, 11 mei 2023)

##### **Faktor Penghambat**

<https://repository.unair.ac.id> Faktor penghambat adalah segala sesuatu hal yang memiliki sifat menghambat atau bahkan menghalangi dan menahan terjadinya sesuatu.

<https://brainly.co.id> Faktor penghambat adalah semua jenis faktor yang sifatnya menghambat(menjadikan lambat)atau bahkan menghalangi atau menahan terjadinya sesuatu.

Faktor dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia diartikan sebagai keadaan, hal atau peristiwa yang ikut mempengaruhi atau menyebabkan terjadinya sesuatu.

Penghambat dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah sesuatu yang sifatnya menghambat. Hambat sendiri maksudnya adalah membuat sesuatu hal bisa perjalanan, pekerjaan dan semacamnya menjadi tidak lancar, lambat atau tertahan.

### ***Driver Gojek***

*Driver* Gojek adalah pengemudi ojek online yang memiliki Aplikasi Mitra Gojek dan melakukan kerjasama sebagai mitra dengan perusahaan transportasi berbasis aplikasi Gojek.

Aplikasi Mitra Gojek adalah aplikasi yang menghubungkan mitra *driver* Gojek sebagai penyedia layanan dengan Pengguna. (Perjanjian Kemitraan Gojek)

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **Metode Penelitian**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif, dimana teknik pengumpulan datanya dilakukan dengan metode wawancara dengan komunitas *driver* Gojek GePeng (Gojek Pengembara), obserasi, dan dokumentasi dari media-media online (*website*, *facebook*, dan lain-lain), selanjutnya dilakukan analisa data yang terkumpul melalui FGD (*forum grup discussion*) dan praktek lapangan.

#### **Populasi dan Sampel**

Populasi merupakan keseluruhan dari kelompok yang memerlukan beberapa informasi untuk dipastikan, sedangkan sampel merupakan bagian dari populasi yang dianggap dapat mewakili dari sebagian besar populasi.

Populasi dari penelitian ini adalah seluruh anggota komunitas *driver* Gojek Pengembara di kabupaten semarang, sedangkan untuk sampelnya akan diambil secara sensus yaitu seluruh anggota komunitas *driver* Gojek Pengembara sejumlah 38 orang.

Penelitian ini adalah kualitatif yang merupakan penelitian deskriptif (menyajikan gambaran lengkap mengenai *setting* sosial atau dimaksudkan untuk eksplorasi dan klarifikasi mengenai suatu fenomena (Wikipedia).

#### **Variabel Penelitian dan Definisi Operasional**

Variabel dalam penelitian ini adalah

- a. Faktor Penghambat
- b. Pelayanan Prima
- c. *Driver* Gojek

#### **Definisi Operasional**

Definisi operasional adalah teori-teori yang akan digunakan dan membatasi pelaksanaan penelitian. Definisi operasional dalam penelitian ini adalah sebagai berikut;

1. Pelayanan prima

adalah mengambil tindakan untuk menciptakan nilai tambah bagi pelanggan dan selalu lebih baik secara terus-menerus. (Muhammad aristian, Mega Kopdar Mitra Gojek Nusantara 2023, 11 mei 2023)

2. Faktor Penghambat

adalah semua jenis factor yang sifatnya menghambat(menjadikan lambat)atau bahkan menghalangi atau menahan terjadinya sesuatu. <https://brainly.co.id>

3. *Driver* Gojek

adalah pengemudi ojek online yang memiliki Aplikasi Mitra Gojek dan melakukan kerjasama sebagai mitra dengan perusahaan transportasi berbasis aplikasi Gojek.

### **Lokasi Penelitian**

Lokasi Penelitian di Kecamatan Ungaran Barat dan Ungaran Timur Kabupaten Semarang

### **Sumber Data**

- A. Data primer (Wawancara)
- B. Data sekunder (Buku-buku, dokumen, internet dan lain-lain)

Proses pengumpulan datanya; observasi, wawancara dan dokumentasi.

### **Analisis Data**

Tahapan penelitian ini sebagai berikut;

- A. Tahap pra lapangan
  - 1. Menyusun rancangan penelitian
  - 2. Memilih lapangan penelitian
  - 3. Mengurus perizinan
  - 4. Menilai keadaan lapangan
  - 5. Menyiapkan perengkapan penelitian dan antisipasi persoalan etika lapangan
- B. Tahap pekerjaan lapangan
  - a. Memahami latar penelitian dan persiapan diri
  - b. Memasuki lapangan
  - c. Mengumpulkan data
- C. Tahap pasca pekerjaan lapangan
  - a. Memahami data yang diperoleh
  - b. Menganalisis data yang diperoleh

c. Melaporkan hasil penelitian.

Tahapan analisis data ada dua yaitu: *checking* dan *organizing*, *checking* digunakan untuk memastikan dan memeriksa kelengkapan data-data yang diperlukan dalam penyajian suatu informasi yang diperlukan, sedangkan *organizing* digunakan untuk mengetahui apakah data yang diperoleh dari lokasi penelitian sesuai atau tidak dengan fokus dan tujuan penelitian.

Pengecekan keabsahan data dengan cara

- a. Triangulasi antar sumber data, teknik pengumpulan data dan pengumpul data.
- b. *Check* kebenaran informasi tertulis dalam naskah rencana laporan peneliti kepada para informan.
- c. Diskusi dengan teman sejawat.
- d. Analisis kasus negatif atau data yang tidak sesuai dengan hasil penelitian.
- e. Perpanjangan waktu penelitian untuk melengkapi bukti yang sudah diperoleh dan memeriksa konsistensi informasi dan tindakan yang diberikan informan.



## BAB IV

### Hasil Penelitian dan Pembahasan

#### Hasil Penelitian

Langkah-langkah yang ditempuh dalam penelitian ini diawali dengan koordinasi dengan komunitas GePeng, selanjutnya melakukan observasi di lapangan dengan terjun langsung sebagai *driver* Gojek selama 3(tiga) bulan (maret 2023 s/d mei 2023), pengumpulan data-data sekunder dari media sosial, mengikuti acara Mega Kopdar Nusantara Gojek (online) tanggal 11-mei-2023, melakukan FGD pada acara Kopdar Komunitas GePeng (offline) tanggal 14 mei 2023.

Hasil dari pengumpulan data di lapangan mengenai hambatan-hambatan dalam melakukan pelayanan prima kepada pelanggan dapat dirangkum dalam 9(sembilan) kategori sebagai-berikut :

1. Keberagaman karakteristik konsumen
2. Kemampuan mitra *driver* dalam menjalin komunikasi dengan customer
3. Kondisi dan situasi di lapangan
4. Pendapatan mitra *driver*
5. Tinggi-rendah order yang masuk ke *driver*
6. Konsistensi *driver* dalam pelayanan prima
7. Kondisi Psikologis mitra *driver*
8. Pengetahuan dan pemahaman konsumen mengenai fitur aplikasi Gojek Customer
9. Pengetahuan mitra *driver* berkaitan dengan order yang dijalankan

#### Pembahasan

Penjelasan dari poin-poin diatas akan dibahas lebih detail sebagai berikut :

##### Add.1. Keberagaman karakteristik konsumen

Konsumen pengguna layanan Gojek terdiri dari berbagai tipe orang yang berbeda-beda, misalnya; usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, latar belakang lingkungan, budaya, agama, suku dan lain-lain. Perbedaan tersebut akan membentuk karakteristik manusia yang beragam dan perlu penanganan yang berbeda-beda dalam melayani konsumen tersebut. Perlakuan/pelayanan yang sama, belum tentu akan menghasilkan reaksi/respon yang sama pada setiap konsumen. Contohnya; ketika mengantar siswa SMA, dengan mengantar lansia, tentu permintaan kecepatan mengendarai sepeda motornya akan berbeda, siswa SMA akan senang dengan kecepatan tinggi dan manuver cepat, sedangkan lansia akan merasakan hal sebaliknya apabila *driver* mengendarai sepeda motor

dengan kecepatan tinggi. *Driver* dituntut untuk memahami setiap konsumennya agar dapat melayani sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen.

#### Add.2. Kemampuan mitra *driver* dalam menjalin komunikasi dengan *customer*

Poin ini masih berkaitan dengan poin yang pertama, bahwa untuk lebih memahami karakteristik konsumen, *driver* wajib memiliki kemampuan menjalin komunikasi yang baik dan tepat agar lebih pasti berkaitan dengan apa yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen. Belum tentu hal-hal/kaidah-kaidah yang bersifat umum selalu tepat digunakan pada setiap konsumen, misalnya; setiap lansia pasti ingin sepeda motor dijalankan dengan perlahan-lahan, tetapi dalam situasi mengejar jadwal keberangkatan Kereta Api, lansia tersebut justru akan meminta segera cepat sampai ke stasiun kereta api. *Driver* harus bisa melakukan komunikasi dengan tepat, beberapa cara bisa dilakukan agar komunikasi dapat terjalin dengan baik misalnya; selalu melakukan konfirmasi kepada konsumen setelah order masuk mengenai hal-hal yang berkaitan dengan order tersebut (titik jemput, titik antar, rute, jenis pesanan makanan, dan lain-lain), menggunakan diksi/pilihan kata yang tepat {contoh ketika melakukan chat awal setelah order diterima, tidak menyebut gender (mas/mbak, pak/bu, dan lain-lain) secara spesifik, karena seringkali nama customer belum tentu menggambarkan jenis kelamin penggunaannya, jadi sebaiknya menggunakan kata yang netral (misal "Kak"). Intonasi(tinggi-rendah) dan nada suara yang tepat ketika sudah bertemu atau telepon dengan konsumen, menggunakan bahasa nasional(bahasa Indonesia), sopan dan menggunakan tata karma yang baik, selalu menampilkan raut wajah yang bersahabat/ramah.

#### Add.3. Kondisi dan situasi dilapangan

Salah satu hambatan dalam pelayanan prima adalah kondisi dan situasi di lapangan yang dihadapi oleh *driver*, kondisi disini bisa berkaitan dengan cuaca, kontur jalan, penerangan, sinyal, kendaraan *driver*, karakteristik order, sedangkan situasi bisa berkaitan dengan tingkat keramaian jalan, tingkat keramaian resto, hambatan rute (portal, penutupan jalan, perubahan arus lalu-lintas), permintaan khusus konsumen, aturan/kebijakan perusahaan.

Cuaca panas maupun hujan sama-sama bisa mempengaruhi pelayanan pelanggan, misalnya dalam cuaca panas, jok sepeda motor dan helm penumpang akan terasa panas ketika awal dipakai konsumen, pesanan minuman dingin/es krim akan meleleh sebelum sampai di tangan konsumen. Cuaca hujan juga akan menghambat *driver* dalam melakukan pelayanan prima, misalnya; kondisi jok dan helm penumpang basah, jas hujan basah, konsumen terciprat air genangan hujan dan lain-lain. Kontur jalan berpotensi akan memberi efek penilaian buruk bagi pelayanan *driver*, misalnya melewati jalan berlubang, melewati jalan tidak rata, "polisi tidur", tanjakan dan turunan tajam, jalanan licin, tikungan tajam. Penerangan jalan di malam hari juga dapat mempengaruhi pelayanan *driver* kepada konsumen karena keterbatasan jarak pandang yang membuat *driver* harus lebih berhati-hati dan waspada dalam menjalankan kendaraannya, sehingga order konsumen lebih lama untuk sampai daripada pesanan order di siang hari. Kekuatan sinyal berpotensi menghambat pelayanan prima kepada konsumen, misalnya sinyal yang buruk membuat seakan-akan *driver* tidak bergerak kearah konsumen/resto yang berakibat penilaian bintang buruk atau *cancel* order, komunikasi juga terasa lambat, sehingga pesan/permintaan konsumen tidak ter-akomodasi. Kendaraan *driver* di beberapa kasus membuat pelayanan *driver* ke konsumen menjadi tidak prima,

contohnya; sepeda motor *type matic* dapat order dengan tanjakan dan turunan tajam sehingga tidak kuat menahan atau rem kurang pakem. Karakteristik order yang menghambat pelayanan prima berkaitan dengan order-order yang diluar standar, misalnya konsumen dengan berat badan yang terlalu tinggi, order makanan yang rawan guncangan (roti tart, pudding, pizza, es krim), paket yang *over* dimensi, produk GoShop yang sulit dicari.

Tingkat keramaian lalu-lintas mempengaruhi pelayanan *driver* kepada konsumen, misalnya jalan yang ramai dan macet akan membuat *handling* kendaraan menjadi kurang nyaman (gas-rem berulang-ulang, masuk celah diantara kendaraan lain), resto yang ramai order/pengunjung ataupun resto yang waktu masakannya terlalu lama seringkali membuat kesan konsumen terhadap pelayanan dari *driver* menjadi kurang baik, begitupula apabila ada kekurangan pesanan atau citarasa yang tidak pas, *driver* seringkali yang menanggung penilaian jelek dari konsumen. Hambatan pada rute yang dilalui seringkali membuat pelayanan *driver* kurang maksimal, misalnya jalan di portal atau penutupan jalan, membuat *driver* harus mencari jalan alternative lain yang akhirnya membuat jarak lebih jauh dan waktu lebih lama untuk sampai kepada konsumen. Konsumen di beberapa kasus sering melakukan permintaan yang diluar/melanggar SOP (standar operasional perusahaan), misalnya order Goride tetapi yang dibawa barang (dan sebaliknya), mengirim paket *over* dimensi, titip beli barang atau makanan diluar order resmi, menjadi detektif, menepikan jemuran, memberi makan binatang piaraan, mendaftarkan pasien dan lain-lain, hal-hal tersebut seringkali membuat *driver* tidak bisa melakukan pelayanan prima karena memang *driver* tidak dilatih/diajarkan untuk memiliki pengetahuan standar pelayanan mengenai permintaan tersebut. Kebijakan perusahaan juga berpotensi untuk *driver* tidak maksimal dalam melayani konsumen, misalnya kebijakan *double* order, dimana ketika mendapatkan resto yang ramai pengunjung, *driver* sudah antri untuk order pertama dan sudah lama menunggu (order hampir selesai dimasak), tiba-tiba masuk order kedua, akhirnya walaupun order pertama sudah jadi, *driver* harus menunggu lama lagi untuk antri dan penyelesaian proses memasak order kedua, sehingga masakan order pertama sudah menjadi dingin (atau kalo es krim sudah mencair) ketika diantar ke konsumen pertama.

#### Add.4. Pendapatan mitra *driver*

Pendapatan mitra *driver* memiliki pengaruh terhadap kemampuan *driver* dalam melayani konsumen, *driver* membutuhkan dana operasional untuk dalam jumlah tertentu untuk mempertahankan performa maksimalnya, misalnya kondisi kendaraan yang bagus, membutuhkan perawatan dan pergantian *spare part* dalam periode tertentu, begitupula untuk atribut jaket, helm, jas hujan maupun tas Gofood, perlu dilakukan pergantian berkala untuk menjaga penampilan dan performa pelayanan, tetapi kendala pendapatan yang tidak menentu bahkan sangat minimalis dari segi nominal, pada akhirnya akan menghambat *driver* dalam memaksimalkan pelayanan kepada konsumen. Daya beli konsumen yang menurun dan sedikit, ditambah faktor pesaing dan model pembagian order berdasarkan kinerja, membuat setiap *driver* sulit memperbaiki kinerjanya agar memperoleh prioritas order, sehingga untuk saat ini untuk mendapatkan pendapatan yang layak untuk mempertahankan performa *driver* di tingkat terbaik sangat sulit untuk dilakukan (*driver* sepi order akan sangat sulit meningkatkan dan mendapatkan alokasi order dari aplikator).

#### Add.5. Tinggi-rendah order yang masuk ke *driver*

Selaras dengan point ke-4, tinggi-rendahnya order yang masuk ke *driver*, mempengaruhi pendapatan *driver*, yang efeknya pada kemampuan *driver* mengeluarkan biaya operasional untuk menunjang performa kerjanya. Semakin tinggi order yang masuk, semakin tinggi pula pendapatannya, sehingga kemampuan finansial *driver* untuk mempertahankan performa kendaraan dan penampilan dirinya yang menunjang pelayanan prima akan semakin maksimal. Demikian pula terjadi hal sebaliknya apabila order yang diterima sedikit/sepi.

#### Add.6. Konsistensi *driver* dalam pelayanan prima

Konsisten melakukan pelayanan prima dalam untuk waktu yang panjang pada segala situasi dan kondisi, sangat sulit untuk dilakukan, setiap *driver* akan mengalami kondisi fisik dan psikologis yang semakin menurun ketika dalam durasi 1(satu) hari kerja untuk tetap sama menjaga performanya, ada saat-saat tertentu dimana faktor kelelahan akan melanda, ataupun ada kondisi lapangan yang membuat kondisi fisik dan mental cepat menurun, misalnya; konsumen salah titik penjemputan atau titik pengantaran, konsumen sulit/tidak bisa dihubungi ketika ada masalah, tingkat order yang ramai, sehingga *driver* tidak sempat beristirahat untuk memulihkan kondisi fisik dan mentalnya. Hal tersebut membuat emosi negatif *driver* sangat mudah terpicu, inilah yang seringkali membuat pelayanan prima ke konsumen terganggu.

#### Add.7. Kondisi psikologis *driver*

Kondisi psikologis adalah suatu keadaan yang ada dalam diri seorang individu yang dapat mempengaruhi sikap dan perilaku individu tersebut. Kondisi psikologi meliputi sumber kendali diri, keyakinan diri, dan orientasi tujuan(<http://repository.iainbengkulu.ac.id>). Pada saat onbid (siap menerima order) seorang *driver* mengalami kondisi psikologis yang bermacam-macam, ada yang dalam kondisi percaya diri, bahagia, punya target, punya tujuan, tanpa beban. Dalam kondisi ini, tentu saja akan memiliki dampak positif ketika *driver* menjalankan order, *driver* akan lebih mudah untuk senyum, sapa, salam, sabar, tidak terburu-buru. Sebaliknya, ketika kondisi psikologis *driver* buruk (akun gagu, beban operasional tidak terpenuhi, target dan bonus semakin hilang), akan berdampak buruk saat *driver* menjalankan order, *driver* jadi mudah emosi negatif, tidak sabar dan berdampak buruk pada performa layanan konsumen.

#### Add.8. Pengetahuan dan pemahaman konsumen mengenai fitur aplikasi Gojek *Customer*

Konsumen terutama yang baru pertama atau beberapa kali menggunakan akun *customer* Gojek, seringkali melakukan kesalahan dan ketidaktepatan order yang akan berdampak pada *driver* dan memicu emosi *driver* kearah yang negatif, misalnya; salah titik jemput atau titik antar (*driver* kesulitan menemukan konsumen dan jarak dengan titik tersebut jauh), titik jemput dan titik antar terbalik, salah layanan (kirim paket pakai GoRide, seharusnya GoSend), salah kasih bintang (bintang 1(satu) dianggap paling baik, atau harusnya kasih komen dan penilaian bintang ke resto tetapi salah ke *driver*), salah tipe pembayaran(maksud konsumen pakai gopay, salah klik jadi tagih tunai, sehingga pihak yang ditagih keberatan), dimensi paket *over size*, penumpang membawa barang berlebihan atau penumpang lebih dari 1(satu), dan lain-lain. Berbagai hal tersebut akan menghambat *driver* dalam melakukan pelayanan prima ke konsumen.

#### Add.9. Pengetahuan mitra *driver* berkaitan dengan order yang dijalankan

Layanan Gojek untuk mitra *driver* sepeda motor terdiri dari berbagai macam jenis, antara lain; GoRide, GoRide Hemat, GoFood, GoSend, GoSend Multi pengiriman, GoMart, GoShop. Berbagai macam layanan tersebut memiliki karakteristik yang berbeda-beda dan sangat beragam yang membuat seorang *driver* tidak mungkin bisa untuk mengerti dan memahami semuanya, hal inilah yang seringkali membuat pelayanan ke konsumen menjadi kurang maksimal. Misalnya masalah rute perjalanan, *driver* pasti sering mendapatkan order kearah tujuan yang sebelumnya belum pernah dilaluinya, tentu saja hal ini akan membuat *driver* ketika menjalankan order tidak bisa cepat untuk sampai ke tujuan (sering berhenti untuk lihat map, atau sering tanya-tanya ke penumpang ketika ada persimpangan jalan), sehingga bisa jadi kurang memuaskan konsumen. Contoh lainnya adalah jenis makanan di resto dengan nama menu yang sangat asing dan tidak menggambarkan produk yang dipesan {misal; “paket hemat 2”tetapi tidak ada detail isi paket tersebut, menu “*sergeant pepper*”(tidak jelas ini makanan apa)} , hal ini akan mempersulit *driver* untuk melakukan cek menu makanan yang dibawanya, beberapa kasus terjadi sampai di konsumen pesanan kurang atau salah pesanan, dan disini pihak resto seringkali tidak mau bertanggung jawab untuk kekurangan pesanan karena pesanan setelah meninggalkan resto dianggap sudah lengkap. Karakteristik paket (bentuk, berat, ukuran) seringkali membuat *driver* kesulitan membawanya. Order layanan Goshop juga sering membuat *driver* kebingungan karena setiap barang dan harganya sangat bervariasi(missal;belanja cabe, cabe ada banyak jenis yang bagi *driver* laki-laki tentu saja akan membuat bingung), sehingga ketika order sampai kekonsumen akan membuat konsumen kecewa.

## BAB V

### Kesimpulan dan Saran

#### Kesimpulan

Menerapkan Pelayanan Prima dalam dunia transportasi online bukan perkara yang mudah, berbagai hambatan dari internal *driver*, konsumen, kondisi dan situasi pada saat menjalankan order maupun dari aplikasi Gojek sendiri membuat tantangan tersendiri yang harus bisa dihadapi *driver* agar dalam menjalankan order dapat senantiasa melayani konsumen dengan maksimal. Pelayanan Prima wajib menjadi *way of life*/pandangan hidup *driver* ketika *onbid*, sehingga dalam segala aktivitas dan kegiatan kerja selalu didasari dengan jiwa memberikan kebahagiaan bagi konsumen.

#### Saran

Beberapa saran yang dapat diberikan penulis untuk memaksimalkan pelayanan prima pada pelanggan adalah:

1. Selalu bersikap ramah dan tanggung jawab terhadap order yang dijalankan.
2. Memberikan perhatian penuh terhadap pelanggan.
3. Tindakan atau action yang diwujudkan dengan pemberian layanan secara maksimal
4. Berprinsip “konsumen adalah sahabat terbaik”.

### Daftar Pustaka

Aplikasi Mitra Driver Gojek

Facebook Grup DGS(driver Gojek Semarang)

<https://repository.unair.ac.id>

<https://brainly.co.id>

<https://www.djkn.kemenkeu.go.id>

<https://cxsense.com>

<http://repository.iainbengkulu.ac.id>

Mega Kopdar Mitra Gojek Nusantara 2023

Wikipedia

