

**ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP PELAYANAN OJEK  
ONLINE ITEJEK BUMIAYU**



**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto  
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)**

**Oleh :  
MYA DIVA ALVIANA  
NIM. 1717201202**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
JURUSAN EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI  
PURWOKERTO  
2022**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama: : Mya Diva Alviana

NIM : 1717201202

Program Studi : S1 Ekonomi Islam

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul tersebut merupakan hasil karya sendiri. Dan dengan ini penulisan dilakukan dengan sikap jujur dan tanggung jawab bahwa skripsi dengan judul “**Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Ojek Online Itejek Bumiayu**” tidak termuat karya tulisan atau hasil pekerjaan peneliti lain, terkecuali terdapat cantuman keterangan yang termuat dalam referensi.



Purwokerto, 12 Juni 2022

Saya yang menyatakan,



Mya Diva Alviana

NIM. 1717201202



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

**LEMBAR PENGESAHAN**

Skripsi Berjudul

**ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP  
PELAYANAN OJEK *ONLINE* ITEJEK BUMIAYU**

Yang disusun oleh Saudara **Mya Diva Alviana NIM 1717201202** Program Studi **Ekonomi Syariah** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Jumat** tanggal **15 Juli 2022** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji

Sofia Yustiani Suryandari, S.E., M.Si.  
NIP. 19780716 200901 2 006

Sekretaris Sidang/Penguji

Akhris Fuadatis S, S.E., M.Si  
NIDN. 2009039301

Pembimbing/Penguji

Sargani, M.E.Sy.  
NIP. 19830404 201801 2 001

Purwokerto, 29 Juli 2022

Mengetahui/Mengesahkan  
Dekan



**Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.**  
NIP. 19730921 200212 1 004

## NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth.  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto  
Di Purwokerto.

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudari Mya Diva Alviana NIM 1717201202 yang berjudul:

**Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Ojek *Online* Itejek  
Bumiayu**

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Prof. KH. Saifuddin Zuhri untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Syari'ah (S.E).

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Purwokerto, 18 Juni 2022

Pembimbing,



Sarpini, M. E., Sy

NIP. 198304042018012001

# ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP PELAYANAN OJEK ONLINE ITEJEK BUMIAYU

Oleh: Mya Diva Alviana

NIM. 1717201202

Email: [myadiva67@gmail.com](mailto:myadiva67@gmail.com)

Jurusan Ekonomi Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN PROF. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto

## ABSTRAK

Ojek *online* merupakan bisnis yang bergerak di bidang transportasi dengan memanfaatkan teknologi internet. Kebutuhan transportasi merupakan kebutuhan turunan akibat aktivitas ekonomi, sosial dan sebagainya. Ojek *online* Itejek Bumiayu Kabupaten Brebes merupakan penyedia layanan ojek *online* pertama di Kecamatan Bumiayu, bahkan Itejek dikenal sebagai pelopor ojek *online* lokal sebelum Gojek dan Grab masuk ke Kecamatan Bumiayu. Itejek bermitra dengan pengendara ojek lokal guna menyediakan fasilitas layanan tepercaya yang tentunya dengan tarif yang terjangkau serta dapat memberikan tawaran fasilitas seperti *food, shop, send, pay* dan Box adapun cara memesan Itejek adalah cukup melalui *WhatsApp*. Keunikan dari ojek *online* Itejek adalah tidak melayani penumpang, Itejek merupakan kurir antar jemput barang. Dengan diketahuinya keinginan konsumen, Itejek terus meningkatkan kepuasan pelanggan dengan memenuhi kualitas dan layanan. Kepuasan pelanggan merupakan salah satu hal yang dibutuhkan oleh pelanggan untuk memenuhi kebutuhan yang dibutuhkan seperti barang atau jasa yang mempunyai nilai dan kualitas. Dalam penelitian ini, masalah umum yang dikemukakan adalah bagaimana kepuasan pelanggan terhadap pelayanan ojek *online* Itejek Bumiayu.

Berdasarkan tujuannya penelitian ini termasuk penelitian *deskriptif* kualitatif. Data penelitian dikumpulkan menggunakan kuisioner kepada 25 responden. Dalam menganalisis data penulis melakukan observasi, wawancara dan dokumentasi untuk mendapatkan data yang dibutuhkan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan data kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan secara umum sudah baik, sehingga pelanggan merasakan adanya kepuasan terhadap pelayanan yang diberikan dalam jasa transportasi *online* yaitu Itejek. Diharapkan Itejek Bumiayu mampu mempertahankan bahkan meningkatkan kualitas pelayanan terhadap pelanggan. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat lebih luas dan tidak hanya berpatok pada pelayanan dan kepuasan pelanggan.

**Kata kunci:** *Ojek Online, Kepuasan Pelanggan, Itejek Bumiayu.*

# **ANALYSIS OF CUSTOMER SATISFACTION FOR ONLINE MOTORCYCLE TAXI SERVICES ITEJEK BUMIAYU**

By: Mya Diva Alviana  
ID Number: 1717201202  
Email: [myadiva67@gmail.com](mailto:myadiva67@gmail.com)

**Islamic Economics Department  
Economics and Islamic Business Faculty  
State Islamic University PROF. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto**

## **ABSTRACT**

*Online driver is a transportation business which utilizes internet. A need in transportation is a secondary need as the result of activities of economy, social, etc. Itejek online driver is the first online driver provider in Bumiayu, Brebes. Moreover, it is known as the pioneer of online local driver before Gojek and Grab operate in Bumiayu. Itejek is partnering with local driver in providing some services which used achievable rate. The services are including food, shop, send, pay, and box service. The way to order Itejek is easy, people just should order using Whatsapp. Itejek has a uniqueness that is not ordering passenger, but just picking up goods. Itejek uses customer wants and needs to increase customer satisfaction by increasing the quality and service. Customer satisfaction is one thing needed by the customer to fulfill their needs such as goods or service that have good value and quality. This research takes the research problem that is how the level of customer satisfaction towards the service of online driver Itejek Bumiayu is.*

*Based on the purpose of this research, it is a kind of descriptive qualitative research. The data research was collected using questionnaire for 25 respondents. In analyzing the data, the researcher applied observation, interview, and documentation. The result of the research showed that the customer satisfaction towards the service given could be said good, it means that customer are satisfied with the service given by online driver provider that is Itejek. It is hoped that Itejek Bumiayu can maintain and increase the quality service for the customer. While for the next research, it is hoped to get the wider information and not only focus on service and customer satisfaction.*

**Key words: Online Motorcycle Taxi, Customer Satisfaction, Itejek Bumiayu.**

## MOTTO

Ketika takut bacalah

حَسْبُنَا اللَّهُ وَنِعْمَ الْوَكِيلُ

“Cukuplah Allah menjadi penolong bagi kami dan Dia sebaik-baik pelindung”.  
(QS. Al-Imran: 173)

Hidup itu harus optimis.



## PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati dan rasa syukur kepada Allah SWT, karya ini saya persembahkan kepada:

1. Denyut nadiku, muara kasih sayang, sosok yang dikatakan oleh Rasulullah bahwa surga berada di kedua telapak kakinya, Ibuku, hidupku, Ibu Itut Sulistiyani. Semoga Allah panjangkan usianya dalam kesehatan dan ketaatan.
2. Pahlawan hidupku, lelaki tertampan dan terkuat di dunia. Orang yang tak kenal lelah dan selalu melihatku sebagai putri kecilnya agar aku tetap berada dalam pelukannya, Bapak Abdul Wahid. Semoga Allah panjangkan usianya dan menganugerahkan kebahagiaan di sepanjang hidupnya.
3. Adikku tersayang, Subkan Umam Amrulloh terimakasih atas dukungannya dan semangat yang juga tiada henti, semoga Allah selalu memberkahimu dan lebih menjadi kebanggaan orang tua.
4. Mbah Abah dan Mbah Putri yang selalu menyemangati dan doa-doanya, selama menempuh pendidikan ini hingga selesai.
5. Keluarga besar yang telah memberikan semangat dan doa yang tak pernah putus.
6. Teman-teman di keluarga besar Ekonomi Syariah E angkatan 2017.
7. Segenap keluarga di Pondok Pesantren Al-Quran Al-Amin Pabuwaran.



## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I. No: 158/1987 dan No: 0543b/U/1987.

### Konsonan Tunggal

| Huruf Arab | Nama | Huruf latin        | Nama                        |
|------------|------|--------------------|-----------------------------|
| ا          | Alif | Tidak dilambangkan | Tidak dilambangkan          |
| ب          | ba'  | B                  | Be                          |
| ت          | ta'  | T                  | Te                          |
| ث          | sa   | Ts                 | Tse                         |
| ج          | Jim  | J                  | Je                          |
| ح          | H    | Ḥ                  | ha (dengan titik di bawah)  |
| خ          | kha' | Kh                 | ka dan ha                   |
| د          | Dal  | D                  | De                          |
| ذ          | zal  | ẓ                  | ze (dengan titik di atas)   |
| ر          | ra'  | R                  | Er                          |
| ز          | Zai  | Z                  | Zet                         |
| س          | Sin  | S                  | Es                          |
| ش          | Syin | Sy                 | es dan ye                   |
| ص          | Ṣad  | Ṣ                  | es (dengan titik di bawah)  |
| ض          | Ḍad  | Ḍ                  | de (dengan titik di bawah)  |
| ط          | ta'  | Ṭ                  | te (dengan titik di bawah)  |
| ظ          | za'  | Ẓ                  | zet (dengan garis di bawah) |
| ع          | 'ain | '                  | koma terbalik di atas       |
| غ          | Gain | G                  | Ge                          |
| ف          | fa'  | F                  | Ef                          |
| ق          | Qaf  | Q                  | Qi                          |
| ك          | Kaf  | K                  | Ka                          |

|   |        |   |          |
|---|--------|---|----------|
| ل | Lam    | L | 'el      |
| م | Mim    | M | 'em      |
| ن | Nun    | N | 'en      |
| و | Waw    | W | W        |
| ه | ha'    | H | Ha       |
| ء | Hamzah | ' | Apostrof |
| ي | ya'    | Y | Ye       |

### Konsonan Rangkap karena *Syaddah* ditulis rangkap

|     |         |        |
|-----|---------|--------|
| عدة | Ditulis | 'iddah |
|-----|---------|--------|

### *Ta' Marbūṭah*di akhir kata Bila dimatikan tulis *h*.

|      |         |        |
|------|---------|--------|
| حكمة | Ditulis | Ḥikmah |
| جزية | Ditulis | Jizyah |

(Ketentuan ini tidak diperlakukan pada kata-kata arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti zakat, salat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya)

- a. Bila diikuti dengan kata sandang “*al*” serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan *h*.

|                |         |                    |
|----------------|---------|--------------------|
| كرامة الأولياء | Ditulis | Karāmah al-auliya' |
|----------------|---------|--------------------|

- b. Bila *ta' marbūṭah* hidup atau dengan harakat, fathah atau kasrah atau d'ammah ditulis dengan *t*

|            |         |               |
|------------|---------|---------------|
| زكاة الفطر | Ditulis | Zakāt al-fiṭr |
|------------|---------|---------------|

### Vokal Pendek

|   |        |         |   |
|---|--------|---------|---|
| َ | Fathah | Ditulis | A |
| ِ | Kasrah | Ditulis | I |
| ُ | Dammah | Ditulis | U |

### Vokal Panjang

|    |                            |         |                |
|----|----------------------------|---------|----------------|
| 1. | Fathah + alif<br>جاهلية    | Ditulis | A<br>Jāhiliyah |
| 2. | Fathah + ya' mati<br>تنسى  | Ditulis | Ā<br>Tansā     |
| 3. | Kasrah + ya' mati<br>كريم  | Ditulis | Ī<br>Karīm     |
| 4. | Dammah + wāwu mati<br>فروض | Ditulis | Ū<br>Furūd'    |

### Vokal Rangkap

|    |                            |         |                |
|----|----------------------------|---------|----------------|
| 1. | Fathah + ya' mati<br>بينكم | ditulis | Ai<br>Bainakum |
| 2. | Fathah + wawu mati<br>قول  | ditulis | Au<br>Qaul     |

### Vokal Pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

|      |         |         |
|------|---------|---------|
| أنتم | Ditulis | a'antum |
| أعدت | Ditulis | u'iddat |

### Kata Sandang Alif +Lam

a. Bila diikuti huruf Qamariyyah

|        |         |          |
|--------|---------|----------|
| القياس | Ditulis | Al-Qiyās |
|--------|---------|----------|

b. Bila diikuti huruf Syamsiyyah ditulis dengan menggunakan huruf Syamsiyyah yang mengikutinya.

|        |         |          |
|--------|---------|----------|
| السماء | Ditulis | Al-Samā' |
| الشمس  | Ditulis | Al-Syams |

### Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

|            |         |                |
|------------|---------|----------------|
| ذو بالفروض | Ditulis | zawī al-furūd' |
|------------|---------|----------------|



## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah penyusun panjatkan atas limpahan rahmat, hidayah, dan ridho dari Allah SWT, sehingga penyusun dapat menyusun skripsi ini yang berjudul Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Ojek *Online* Itejek Bumiayu. Selama proses penyelesaian skripsi ini banyak pihak-pihak yang memberi dukungan berupa bantuan tenaga dan pemikiran baik moril maupun materil dari berbagai pihak.

Oleh karena itu pada kesempatan ini penyusun dengan kerendahan hati menghaturkan rasa syukur dan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. K.H Moh. Roqib, M.Ag, Selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Bapak Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto
3. Ibu Yoiz Shofwa Shafrani, M.Si, selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEBI) Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. KH. Saifuddin Zuhri.
4. Bapak H. Slamet Akhmadi, M.S.I, selaku Sekjur Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Ibu Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I, selaku koordinator Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto
6. Ibu Sarpini, M. E., Sy. sebagai dosen pembimbing, terima kasih atas kesabarannya dalam memberikan bimbingan, dukungan, masukan, arahan dan memotivasi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Segenap Dosen dan Karyawan Universitas Islam Negeri (UIN) PROF. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang telah memberikan Ilmu Pengetahuan dan Pendidikan sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

8. Seluruh staf administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
9. Bapak Mei Yogi Ambara dan Ibu Reny Haryanti, selaku *owner* Itejek Bumiayu yang selalu meluangkan waktu untuk menjadi narasumber guna memperoleh informasi.
10. Seluruh administrator dan *driver* Itejek Bumiayu terima kasih atas bantuan dan kerjasamanya dalam menyusun skripsi ini.
11. Keluarga Besar Pondok Pesantren Al- Qur'an Al Amin Pabuaran, KH. Muhammad Ibnu Mukti, dan Nyai Hj. Permata Ulfah. Terima kasih atas semua ilmu dan pelajaran hidup yang telah diberikan. Serta terima kasih atas segala doa dan bimbingannya.
12. Kedua orang tua tercinta, Bapak Abdul Wahid dan Ibu Itut Sulistiyani terima kasih atas motivasi dan bimbingan, doa dan dukungannya serta terima kasih atas semua perhatian dan kasih sayang yang telah diberikan selama ini.
13. Saudara kandungku Subkhan Umam Amrulloh, semoga menjadi motivasi untukmu dalam meraih gelar sarjana.
14. Sahabat-sahabat yang saya sayangi Debby, Fika, Ikda, Mentari, Silvy, Shelly, Tia, Erni, Fatur, Mia, Nindi, Nida, Mahmudah, dan Tedi yang selalu memberikan motivasi, semangat dan bantuan serta doa kepada penulis semoga Allah SWT membalas kebaikan kalian.
15. Teman-teman seperjuangan kelas Ekonomi Syari'ah E angkatan tahun 2017. Semoga tercapai semua cita-cita kalian dan semangat dalam menggapai kesuksesan.
16. Segenap keluarga Pondok Pesantren Al- Qur'an Al Amin Pabuaran angkatan 2017 yang saya cintai dan banggakan.
17. Serta semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Tanpa adanya bantuan kalian semua, proses penyelesaian skripsi ini tentu tidak berjalan dengan lancar. Meski penulis sudah sebaik mungkin menyelesaikan skripsi ini, tentu masih banyak kekurangan yang ada. Untuk itu,

saran kritik sangat diterima untuk memperbaiki karya tulis kedepannya. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semu pihak.  
Aamiin Ya Robbal'alam.

Purwokerto, 26 Juni 2022

Penyusun



Mya Diva Alviana

1717201202



## DAFTAR TABEL

|   |    |
|---|----|
| Tabel 1.1 Berdasarkan Jumlah Pelanggan Pertama.....               | 3  |
| Table 1.2 Berdasarkan Jumlah Pelanggan .....                      | 31 |
| Table 1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ..... | 44 |





## DAFTAR GAMBAR

|                                      |    |
|--------------------------------------|----|
| 1.1 Gambar Logo Itejek Bumiayu.....  | 42 |
| 1.2 Gambar Launcing Qris Itejek..... | 43 |



|  |                              |
|--|------------------------------|
| <b>DAFTAR ISI</b>                                  |                              |
| <b>PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....                   | <b>ii</b>                    |
| <b>PENGESAHAN</b> .....                            | Error! Bookmark not defined. |
| <b>NOTA DINAS PEMBIMBING</b> .....                 | <b>iv</b>                    |
| <b>ABSTRAK</b> .....                               | <b>v</b>                     |
| <b>ABSTRACT</b> .....                              | <b>vi</b>                    |
| <b>MOTTO</b> .....                                 | <b>vii</b>                   |
| <b>PERSEMBAHAN</b> .....                           | <b>viii</b>                  |
| <b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA</b> .....  | <b>ix</b>                    |
| <b>KATA PENGANTAR</b> .....                        | <b>xiii</b>                  |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....                          | <b>xvi</b>                   |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b> .....                         | <b>xvii</b>                  |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....                       | <b>xxi</b>                   |
| <b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....                     | <b>1</b>                     |
| A. Latar Belakang Masalah.....                     | 1                            |
| B. Definisi Operasional .....                      | 7                            |
| C. Rumusan Masalah .....                           | 9                            |
| D. Tujuan Penelitian .....                         | 9                            |
| E. Manfaat Penelitian .....                        | 9                            |
| F. Sistematika Pembahasan .....                    | 10                           |
| <b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....                 | <b>11</b>                    |
| A. Konsep Kepuasan Pelanggan .....                 | 11                           |
| 1. Pengertian Kepuasan Pelanggan.....              | 11                           |
| 2. Faktor Utama Menentukan Kepuasan Konsumen ..... | 13                           |
| 3. Indikator Kepuasan Konsumen .....               | 15                           |
| 4. Perilaku Konsumen .....                         | 16                           |
| B. Konsep Pelayanan .....                          | 17                           |
| 1. Pengertian Pelayanan.....                       | 17                           |
| 2. Bentuk, Makna dan Tujuan Pelayanan Publik ..... | 21                           |
| C. Standar Pelayanan Ojek Online .....             | 23                           |

|   |           |
|---|-----------|
| D. Landasan Teologis .....  | 24        |
| 1. Konsep Kepuasan Pelanggan Dalam Islam .....                                  | 24        |
| 2. Kepuasan Pelanggan Dalam Prespektif Islam .....                              | 25        |
| 3. Perilaku Konsumen Muslim .....   | 27        |
| 4. Pelayanan Dalam Pengertian Islam .....                                       | 28        |
| E. Kajian Pustaka .....   | 26        |
| <b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>                                      | <b>34</b> |
| A. Jenis Penelitian.....  | 34        |
| B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....  | 34        |
| 1. Lokasi penelitian .....  | 34        |
| 2. Waktu Penelitian .....   | 35        |
| C. Sumber Data.....   | 35        |
| 1. Sumber Data Primer .....   | 35        |
| 2. Sumber Data Sekunder .....   | 35        |
| D. Teknik Pengumpulan Data.....   | 36        |
| 1. Observasi .....  | 36        |
| 2. Wawancara .....  | 37        |
| 3. Dokumentasi.....   | 37        |
| E. Teknik Analisis Data.....  | 37        |
| 1. Reduksi Data .....   | 38        |
| 2. Penyajian Data.....  | 38        |
| 3. Penarikan Kesimpulan atau Verifikasi .....                                   | 38        |
| 4. Uji Keabsahan Data .....   | 39        |
| <b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>  | <b>41</b> |
| A. Profil Ojek <i>Online</i> Itejek Bumiayu .....                               | 41        |
| 1. Sejarah .....  | 41        |
| 2. Perkembangan Usaha .....   | 42        |
| 3. Karakteristik Responden Penelitian .....                                     | 43        |
| B. Standar Pelayanan Ojek <i>Online</i> Itejek Bumiayu.....                     | 45        |
| C. Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Ojek <i>Online</i> Itejek Bumiayu .... | 49        |
| <b>BAB IV PENUTUP .....</b>   | <b>52</b> |

|                            |           |
|----------------------------|-----------|
| A. Kesimpulan .....        | 52        |
| B. Saran.....              | 53        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b> | <b>54</b> |



## DAFTAR LAMPIRAN

|                                      |    |
|--------------------------------------|----|
| Lampiran 1 Dokumentasi dan Foto..... | 60 |
| Lampiran 2 Pedoman Wawancara .....   | 63 |



# BAB I PENDAHULUAN

## A. Latar Belakang Masalah

Di zaman yang modern ini teknologi informasi makin berkembang pesat di dunia internet yang sudah sangat maju. Perekonomian suatu negara di bidang informasi teknologi memiliki peranan yang sangat vital. Kemajuan teknologi informasi bisa meningkatkan produktivitas di dunia perindustrian contohnya seperti industri kreatif dengan basis teknologi informasi. Kemudahan bagi pelaku usaha dalam memasarkan produk atau jasa cukup melalui aplikasi *online* layanan merupakan setiap kinerja yang ditawarkan dari satu pihak ke pihak lain, namun intinya adalah tidak berwujud dan tidak memiliki kepemilikan siapa pun. Jasa dapat berbentuk fisik dan ada yang tidak berbentuk fisik (Rizky, 2018).

Salah satu bentuk dari jasa itu terdapat pada sektor transportasi darat memiliki peranan cukup penting dalam memperlancar aktivitas. Pentingnya transportasi tersebut tercermin pada semakin meningkatnya kebutuhan akan jasa transportasi ojek *online*, serta dengan meningkatnya jumlah penduduk dan pengembangan pemukiman maupun tempat-tempat hiburan Kecamatan Bumiayu. Jasa transportasi darat keberadaannya sangat vital, khususnya transportasi yang murah, nyaman, dan aman sesuai keinginan masyarakat modern saat ini. Salah satu bisnis yang berkembang di era sekarang adalah bisnis jasa transportasi sepeda motor atau lebih dikenal dengan nama ojek (Yovan, 2017).

Saat ini muncul jasa transportasi ojek mempunyai nama baru yaitu ojek *online*, pengelolaan ojek saat dahulu masih secara konvensional dan dengan kepemilikan tunggal, tetapi sejak munculnya ojek *online* sekarang menjadi bisnis baru yaitu suatu usaha konvensional yang menyediakan jasa transportasi umum dan dikelola secara profesional (Hamid, 2010).

Ojek *online* sebagai sarana transportasi sudah memberikan dampak positif bagi golongan masyarakat yang memiliki kegiatan rutin maupun berkala dalam menunjang kegiatan sehari-hari, karena masyarakat sudah mengenal ojek tradisional sejak masa krisis moneter pada tahun 1998. Kebutuhan transportasi

merupakan kebutuhan turunan (*derived demand*) akibat aktivitas ekonomi, sosial dan sebagainya. Dalam kerangka makro ekonomi, transportasi merupakan tulang punggung perekonomian nasional, regional, dan lokal, baik perkotaan atau pedesaan (Yurindra, 2014:1). Dampak positif lain dari jasa transportasi ojek *online* dirasakan lebih karena pelayanan yang tidak dibatasi oleh rute-rute tertentu seperti angkutan umum lain yang tidak memiliki jadwal khusus dan tidak tetap (Rindi, 2019).

Tidak ingin tertinggal di Kecamatan Bumiayu salah satu kecamatan di Kabupaten Brebes dengan ojek yang berbasis teknologi *online*, maka membuat inovasi ojek *online* dengan menggagas Itejek. Itejek merupakan salah satu ojek *online* lokal yang didirikan oleh Bapak Yogi Ambara dengan jiwa bisnisnya mengikuti perkembangan teknologi komunikasi saat ini. Itejek merupakan penyedia layanan ojek *online* pertama di Kecamatan Bumiayu bahkan sebagai pelopor ojek *online* lokal, sebelum Gojek dan Grab masuk ke Kecamatan Bumiayu. Itejek berdiri pada pertengahan bulan Juli 2017 bermitra dengan puluhan pengendara ojek lokal guna menyediakan fasilitas layanan ojek *online* terpercaya tentu dengan tarif yang terjangkau. Saat ini Itejek memiliki jumlah 39 *driver* dan bertambah setiap harinya (Ambara, 2021).

Itejek juga menyediakan beragam layanan yang akan membantu keseharian masyarakat Kecamatan Bumiayu seperti jasa pengiriman barang hingga pesan antar makanan. Penggunaan layanan jasa Itejek cukup menggunakan *WhatsApp* memudahkan masyarakat melakukan pemesanan layanan ojek *online* langsung menggunakan *smartphone* dan tanpa mengunduh lagi aplikasi ketika akan menggunakan jasa transportasi ini. Itejek kini hadir untuk melayani masyarakat Kota Bumiayu dan sekitarnya yaitu Kecamatan Tonjong, Kecamatan Sirampog, Kecamatan Paguyangan, dan Kecamatan Bantarkawung serta melayani *Food, Shop, Send, Pay*, dan Box (Ambara, 2021).

Sama seperti ojek-ojek *online* di kota besar lainnya yang lebih profesional, pelayanan yang ditawarkan ojek *online* di Kecamatan Bumiayu juga sama dan dikelola juga oleh *admin* yang bertugas menghubungkan antara konsumen dengan

*driver* ojek tersebut. Adapun cara untuk memesan ojek tersebut adalah dengan menghubungi *admin* melalui *whatsapp*. Sistem yang digunakan ojek ini adalah sistem promosi kontak admin via *online* yaitu *Whatsapp*, *Facebook*, dan *Instagram* agar konsumen bisa langsung menghubungi jika membutuhkan jasa dari Itejek. Setelah konsumen menghubungi, admin akan menghubungi *driver* dan memberikan identitas serta alamat lengkap konsumen (Ambara, 2021). Sementara jumlah pengguna Itejek dari tahun ke tahun berdasarkan tahun pengguna tersaji pada table berikut.

Tabel 1.1

Tabel Berdasarkan Jumlah Pelanggan Per Tahun

| NO | TAHUN PENGGUNA | JUMLAH        |
|----|----------------|---------------|
| 1  | 2017           | 300           |
| 2  | 2018           | 680           |
| 3  | 2019           | 952           |
| 4  | 2020           | 5.150         |
| 5  | 2021           | 3.890         |
| 6  | 2022           | 4.000         |
|    | <b>Jumlah</b>  | <b>14.972</b> |

Sumber: Hasil Wawancara dengan *Owner*

Berdasarkan tabel 1.1 data di atas menunjukkan bahwa lonjakan dari yang terbesar sampai yang terkecil pengguna Itejek terjadi pada tahun 2020 yakni 5.150 pengguna, yang disusul tahun 2022 yakni 4000 pengguna, kemudian 2021 sebanyak 3.890 pengguna kemudian 2019 sebanyak 952 pengguna, kemudian disusul 2018 sebanyak 680 pengguna dan 2017 yaitu yang terkecil sebanyak 300 pengguna. Data tersebut terjadi karena pada tahun 2020 terjadi musibah wabah corona yang menyebabkan pemerintah memberikan aturan *lockdown* wilayah terutama Jawa dan Bali. Bumiayu sendiri ikut terdampak yang menyebabkan masyarakat melakukan aktivitas di rumah saja. Hal tersebut memengaruhi



peninggkatan pengguna jasa ojek salah satunya pengguna layanan jasa Itejek Bumiayu dan pengguna Itejek yang semakin meningkat dari tahun ke tahun.

Itejek terus meningkatkan kepuasan pelanggan maka dari perusahaan ojek *online* ini berlomba memenuhi kualitas dan layanan transportasi, agar menciptakan kepuasan pelanggan dan memiliki konsumen yang loyal. Keunikan dari ojek *online* ini tidak melayani penumpang, Itejek adalah kurir antar jemput barang, tujuannya adalah agar bisa berbagi dengan ojek pangkalan. Dari segi kepuasan pelanggan memiliki arti tingkatan setelah konsumen merasakan bandingan apa yang dia terima dengan harapannya.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), kata “kurir” diartikan sebagai utusan yang menyampaikan sesuatu yang penting dengan cepat. Tugas utama dari seorang kurir ialah mengantarkan barang dari pengirim kepada penerima. Sejarah kurir sudah dimulai sejak zaman Yunani dengan menggunakan seseorang untuk mengirimkan barang. Pada zaman Yunani kurir menjalankan tugasnya dengan berlari atau sering disebut *curere* dan *courier* dalam bahasa Inggris (Fatimah, 2021).

Sedangkan pengertian kurir dijelaskan lagi oleh The Oxford dictionary (1945), “*courier as an organization that provides a special delivery for parcels, document etc*” (dalam Somasundaram, Balasubramani, & Krishnamoorthy, 2013: 108). Berdasarkan definisi tersebut, bisa dijelaskan bahwa layanan kurir adalah bisnis pengantar barang atau dokumen yang dilakukan oleh perorangan maupun. Dewasa ini, masyarakat menginginkan sesuatu yang serba instan. Mulai dari pembelian produk yang langka hingga layanan pembelian pernik aksesoris kecil sudah merambahkannya di lingkungan teknologi. Hal inilah yang menyebabkan layanan antar-jemput orang hingga barang recek mulai bermunculan.

Seperti pernyataan yang diperkuat oleh informan, sebagai berikut:

“Ya kami sasarannya jelas masyarakat Bumiayu dan sekitarnya, kami fokus pada kurir barang” (Ambara, 2021).

Menurut pernyataan di atas menandakan bahwa usaha yang didirikannya sudah terlalui serta sudah menemukan segemen pasar yang bagus di Kecamatan

Bumiayu dan sekitarnya, sehingga dapat memperlancar perekonomian masyarakat Bumiayu dan fokus sebagai kurir antar pesan antar barang/makanan, belanja, ambil antar barang dan pembayaran seperti listrik, tiket dan BPJS.

Berdasarkan data yang diperoleh dari berita Wartakota.com (12 Mei 2017), menyatakan bahwa 41 persen responden mengaku pernah dikecewakan, dan 59 persen responden tidak pernah dikecewakan. Banyaknya pengguna transportasi *online* yang pernah merasa dikecewa, maka pihak aplikator sebagai penyelenggara transportasi *online* harus segera membenahi kualitas layanannya agar pengguna jasa transportasi online juga meningkat sehingga konsumen akan merasa puas dengan pelayanan jasa tersebut. Jika pelanggan anda merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau layanan itu, akan menjadi luar biasa dan kemungkinan bisa menjadi pelanggan atau konsumen dalam jangka panjang (Fisit, 2014).

Kepuasan pelanggan yaitu perasaan atau kecewa seseorang pelanggan yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka (Kotler & Keller, 2003). Pelanggan dengan kepuasan yang tinggi biasanya akan tetap percaya dan memberi nilai positif terhadap perusahaan yang dipercayainya. Pelanggan yang puas akan membeli atau menggunakan jasa baru yang dikeluarkan perusahaan karena ekspektasi pelanggan terhadap perusahaan mampu terpenuhi dan melebihi ekspektasi pelanggan (Kotler & Keller, 2013).

Agama Islam selalu mensyariatkan kepada umatnya agar terikat dengan hukum dan ajaran agama dalam menjalankan setiap aktivitas maupun memecahkan suatu masalah. Oleh karena itu dalam QS. Ad-Dhuha, Allah SWT menegaskan pada umat manusia sebagai berikut:

وَأَسْوَفَ يُعْطِيكَ رَبُّكَ فَتَرْضَىٰ

“Dan kelak Tuhanmu pasti memberikan karunia-Nya kepadamu, lalu (hati) kamu menjadi puas.” (QS. Ad- Dhuha: 5)

Pesan yang dapat diambil dari ayat di atas yaitu karunia yang akan kita peroleh pada masa mendatang akan lebih baik dari pada saat ini. *Reward* adalah imbalan atas prestasi kerja keras kita yang dinilai baik oleh atasan kita. Lebih

khusus karena kita makhluk ciptan-Nya, setelah menghambakan diri semata-mata untuk mengharapkan keikhlasan-Nya serta amalan yang dinilai baik dan memuaskan, tentu Allah SWT akan memberikan kenikmatan surga jauh dari khayalan pada benak manusia sampai terpuaskan (Aziz, 2012).

Dalam buku Ibnu Khaldun yaitu *Muqaddimah*, menjelaskan bahwa membangun kesejahteraan masyarakat, ekonomi tidak hanya bisa tergantung pada variabel-variabel politik, sosial, ekonomi, dan demografi, tetapi juga sangat tergantung pada variabel syariah. Syariah membantu masyarakat menanamkan kualitas kebaikan, seperti ketaatan, kejujuran, integritas, kesederhanaan, kebersamaan, keadilan, kesalingmengertian, kerja sama, kedamaian, keharmonisan, dan berperannya fungsi kontrol tingkah laku terhadap hal yang dapat membahayakan masyarakat (Muflih, 2006).

Penelitian ini menggunakan landasan teori dari Kotler dan Keller yang berpendapat bahwa kepuasan layanan kurir dapat dilihat dari perbandingannya dengan kompetitor. Itejek sendiri yang notabenehnya sudah dididirikan sebelum starup lain seperti Grab, Gojek dan kawan-kawannya sudah ada dan lebih berpengalaman di wilayah Bumiayu. Kebaruan fenomena, lokasi dan subjek peneliti menjadi pembeda dari penelitian terdahulu. Oleh karnanya, urgensi penelitian ini penting untuk masyarakat Kecamatan Bumiayu yang masih belum banyak mengetahui layanan apa saja yang ditawarkan ojek *online* terutama Itejek Bumiayu.

Berdasarkan pada teori Kotler dan Keller tentang perbandingan kepuasan layanan satu perusahaan dengan kompetitornya, Itejek menghadapi persaingan yang ketat, belum lagi bisnis yang sama mulai bermunculan meski tidak sebanding dengan Grab. Teori ini digunakan peneliti untuk menjadi acuan terkait sikap Itejek dalam menghadapi kompetitornya agar pamor Itejek masih dicap baik dan memuaskan di masyarakat. Teori ini digunakan, karena dalam teori ini ada prinsip ketepatan waktu dalam melayani, keamanan dan keselamatan, keterjangkuan serta pengawasan. Maka dari itu Itejek meningkatkan kualitas pelayanannya dengan cara sendiri yaitu seperti merespons dan melayani pelanggan, menjaga barang pesanan

pelanggan, standar keselamatan sesuai dengan aturan kepolisian saat mengemudi beroperasi, melakukan penawaran pelayanan yang beraragam, pembayaran dengan *e-money* mempermudah pelanggan melakukan transaksi sehingga masyarakat taua pelanggan merasa Itejek sudah memenuhi keinginan atau kemauan dalam melayani pelanggan Itejek.

Konsumen akan merasa puas jika perusahaan memberikan pelayanan yang sesuai yang diharapkan sebaliknya konsumen akan merasa tidak puas apabila perusahaan melakukukan pelayanan yang tidak sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen. Sehingga dapat mengetahui masukan dan saran untuk perusahaan Itejek agar lebih bisa memperhatikan pelayanan agar terciptanya kepuasan pelanggan dan dapat memperbaiki kualitas serta layanan dari Itejek. Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **“ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP PELAYANAN OJEK *ONLINE* ITEJEK BUMIAYU”**

## **B. Definisi Operasional**

### **1. Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan pelanggan merupakan respon terhadap perilaku pelanggan dengan membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapan. Jika hasilnya lebih rendah dari yang diharapkan, pelanggan akan kecewa, kurang puas atau bahkan tidak puas. Sebaliknya jika ekspektasi terpenuhi maka pelanggan akan terpuaskan, dan jika kinerja melebihi ekspektasi maka pelanggan akan sangat puas. Kepuasan pelanggan adalah evaluasi atas perasaan atau emosi pelanggan saat menggunakan produk atau jasa yang memenuhi harapan dan kebutuhannya (Mutiara, 2021).

Kepuasan konsumen dapat dilihat dari kinerja yang ditawarkan perusahaan apakah sudah sesuai dengan ekspektasi konsume atau tidak. Penilaian pelanggan terhadap kinerja produk tergantung beberapa faktor, terutama jenis hubungan loyalitas yang dimiliki pelanggan dengan sebuah merk (Kotler & Keller, 2013). Sedangkan menurut Rangkuti (2013) kepuasan pelanggan merupakan evaluasi pasca pembelian, dimana produk alternatif yang

dibeli setidaknya sama dengan atau melebihi harapan pelanggan (Fathul, 2012).

Melakukan pendekatan studi kepribadian konsumen muslim sangat tepat dengan pembelajaran akhlak seperti yang dikembangkan oleh Abu Yazid al- Buatami dan Ibnu Arabi, dengan menggunakan pendekatan pembelajaran akhlak mereka, bukan berarti menjauhkan diri dari konsumen dari hal-hal yang berbaur seperti *zuhud*. *Zuhud* adalah dimana seseorang “tidak materialistis”. Dia membutuhkan materi tetapi tidak rakus atau tamak. Dia merasa puas dengan dan berterimakasih kepada Allah SWT sekalipun keadaannya pas-pasan. Model seperti ini melahirkan sikap *qana'ah*. *Qana'ah* merupakan cerminan kepuasan seseorang baik secara lahiriyah maupun bathiniyah (Muflih, 2006).

## 2. Pelayanan

Definisi pelayanan menurut Granoos dalam Ratminto pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen/pelanggan. Kualitas pelayanan publik adalah suatu kondisi dimana pelayanan mempertemukan atau memenuhi apa yang menjadi harapan pelanggan dengan sistem kinerja dari penyediaan jasa (Ratminto, 2005).

Islam menjunjung tinggi sikap sopan santun dan saling menghormati. Dalam konteks pelayanan salah satunya adalah sikap sopan santun dan ramah. Allah SWT berfirman:

لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا ۗ

“*Sesungguhnya telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri tauladan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari kiamat dan dia banyak menyebut Allah.*” (Q.S Al-Ahzab (33): 21)

## 3. Ojek Online

Dalam Undang-Undang No. 22 Tahun 2019 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan Pasal 1 Angka 10 menyatakan bahwa kendaraan bermotor

umum adalah setiap kendaraan yang digunakan untuk angkutan barang dan atau orang dengan dipungut biaya. Sedangkan berdasarkan pasal 1 Angka 20 Undang- Undang Lalu Lintas Angkutan Jalan menyatakan bahwa sepeda motor merupakan kendaraan bermotor berroda dua dengan atau tanpa rumah-rumah dan dengan atau tanpa kereta samping atau kendaraan bermotor berroda tiga tanpa rumah-rumah.

Jadi ojek *online* adalah angkutan umum dan angkutan orang yang sama dengan ojek pada umumnya, yang menggunakan sepeda motor sebagai sarana pengangkutan namun lebih maju karena telah terintegrasi dengan kemajuan teknologi. Ojek *online* lebih efektif, karena pengguna tidak harus membuang waktu untuk berjalan kaki menuju ojek pangkalan (Harlis, 2016).

### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan penjelasan latar belakang di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah “Bagaimana kepuasan pelanggan Itejek Bumiayu terhadap pelayanan ojek *online* Itejek Bumiayu?”.

### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan dalam penelitian karya ini untuk mengungkap tentang kepuasan pelanggan Itejek Bumiayu terhadap pelayanan jasa Itejek.

### **E. Manfaat Penelitian**

Kegunaan penelitian ini baik secara teoritis dan praktis yaitu:

1. Secara teoritis, sebagai masukan dan saran kepada perusahaan Itejek agar lebih memperhatikan pelayanan agar menciptakan kepuasan pelanggan serta dapat memperbaiki kualitas dan layanan dari Itejek.
2. Secara praktis, penelitian ini sebagai sarana untuk menembah wawasan, pengetahuan dan pengalaman terkait minat dalam meneliti transportasi *online* dan juga sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana di UIN KH. Prof. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

3. Bagi penulis sendiri untuk menyalurkan pengetahuan yang sudah diperoleh selama kuliah sebagai bukti nyata dari penerapan teori ke masyarakat.

## **F. Sistematika Pembahasan**

Sistem penulisan merupakan suatu susunan atau urutan dari penulisan skripsi untuk memudahkan dalam memahami isi skripsi, maka dalam sistematika penulisan peneliti membagi menjadi lima bab, yaitu:

### **1. BAB I: PENDAHULUAN**

Pada bab ini terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi operasional, dan sistematika pembahasan.

### **2. BAB II: LANDASAN TEORI**

Pada bab ini berisi mengenai deskripsi konseptual (teori-teori) fokus dan sub fokus serta hasil dari penelitian relevan.

### **3. BAB III: METODOLOGI PENELITIAN**

Pada bab ini berisi penjelasan tentang jenis penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

### **4. BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini berisi gambaran umum dari subyek penelitian, serta hasil dari penelitian yang sudah dilakukan.

### **5. BAB V: PENUTUP**

Pada bab ini berisi mengenai kesimpulan terkait hasil dari penelitian yang telah dilakukan serta saran dari peneliti dan penutup.

## BAB II LANDASAN TEORI

### A. Konsep Kepuasan Pelanggan

#### 1. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Kepuasan menurut Kotler (2009) bahwa kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk atau hasil terhadap ekspektasi mereka (Srimutiara, 2021). Bagi sebuah perusahaan yang berpusat pada pelanggan, kepuasan pelanggan merupakan tujuan dan sarana perusahaan. Jumlah pesaing yang makin banyak mengharuskan perusahaan-perusahaan yang ada untuk mempunyai strategi khusus untuk bersaing, bertahan hidup serta berkembang (Rini, 2019).

Pelanggan merupakan satu-satunya alasan perusahaan membangun pabrik, mempekerjakan karyawan, menjadwalkan rapat, membuat jalur serat optik, atau melibatkan diri dalam aktivitas bisnis apa pun karena tanpa pelanggan perusahaan tidak mempunyai bisnis (Kotler & Keller, 2009). Fandy dan Anastasia telah mengembangkan konsep kepuasan pelanggan, kualitas layanan. Singkatnya, dalam buku "*Manajemen Kualitas Komprehensif*" menyatakan bahwa pelanggan pertama, pelanggan tepercaya adalah pelanggan yang paling penting, dan kepuasan pelanggan dijamin dengan memproduksi produk-produk berkualitas tinggi pelanggan (Fandy, 2001).

Kepuasan pelanggan dipaparkan oleh Drs. H Oka A. Yoeti dalam buku *Customer Service Cara Efektif Memuaskan Pelanggan*, kepuasan pelanggan tidak berarti memberikan kepada pelanggan, apa yang kita perkirakan disukai oleh pelanggan. Harus memberi kepada mereka apa yang sebenarnya mereka inginkan (*want*), kapan (*when*), dan cara memperolehnya (*the way they want it*). Dibedakan 3 (tiga) kepuasan, menghadapi pelanggan yang makin kritis dituntut untuk menyusun strategi yang lebih canggih. Kepuasan pelanggan ditentukan oleh kualitas performa pelayanan (Oka, 2005).

Menurut Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana dalam "*Total Quality Management*", kepuasan pelanggan adalah tingkat kepuasan yang dirasakan



setelah membandingkan kinerja yang dirasakan suatu produk dengan harapan produk. Keuntungan dari layanan pelanggan yang baik adalah pelanggan puas dan kembali ke perusahaan kita. Secara keseluruhan dalam survei ini, Itejek Bumiayu dalam melayani sudah memenuhi harapan pelanggan. Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang diterima dan harapannya. Seorang pelanggan, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam jangka waktu yang panjang (Kotler, 2000).

Menurut Kotler dan Keller mengatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Konsumen yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat dikemudian hari. Hal ini berarti kepuasan merupakan faktor kunci bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang dan merupakan porsi terbesar dari volume penjualan perusahaan (Kotler & Keller, 2014).

Definisi lain kepuasan pelanggan menurut Zeithaml dan Bitner adalah respons atau tanggapan konsumen mengenai pemenuhan kebutuhan. Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen (Zeithaml & Bitner, 2015). Kemudian dalam bukunya Umar menjelaskan bahwa kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang diterima dan harapannya (Umar, 2015).

Dari beberapa definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen adalah unsur yang saling berhubungan mengenai mutu yang dapat memengaruhi kinerja dalam memenuhi harapan pelanggan. Kualitas tidak hanya menekankan pada hasil akhir, yaitu produk dan jasa tetapi menyangkut kualitas manusia, kualitas proses, dan kualitas lingkungan dalam menghasilkan produk dan jasa yang berkualitas melalui manusia dalam proses yang berkualitas pula.

Konsekuensi kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan sangat krusial bagi kalangan bisnis, pemerintah dan juga konsumen. Bagi bisnis, kepuasan dipandang sebagai dimensi kinerja pasar. Peningkatan kepuasan pelanggan berpotensi mengarah pada pertumbuhan penjualan jangka panjang dan jangka pendek, serta pangsa pasar sebagai hasil pembelian ulang. Bagi pemerintah, konsep kepuasan/ketidakpuasan pelanggan dapat membantu mereka dalam mengidentifikasi dan mengisolasi produk dan industri yang membutuhkan tindakan pemerintah dalam rangka meningkatkan kesejahteraan konsumen. Bagi konsumen, konsep kepuasan pelanggan bermanfaat dalam memberikan informasi lebih jelas tentang seberapa puas atau tidaknya konsumen lain terhadap produk atau jasa (Fandy, 2008).

## **2. Faktor Utama Menentukan Kepuasan Konsumen**

Menurut Irawan, faktor yang mendorong kepuasan pelanggan adalah:

- a. Kualitas produk, pelanggan akan puas jika setelah membeli dan menggunakan produk tersebut ternyata kualitas produknya baik.
- b. Harga, untuk pelanggan yang sensitif, biasanya harga murah adalah sumber kepuasan pelanggan yang penting karena pelanggan akan mendapatkan *value for money* yang tinggi.
- c. *Service quality*, kepuasan terhadap kualitas pelayanan biasanya sulit ditiru oleh orang lain.
- d. *Emotional* faktor, pelanggan akan merasa puas (bangga) karena adanya emosional yang diberikan oleh merek dari produk tersebut.

- e. Biaya dan kemudahan, pelanggan akan makin puas apabila relatif mudah, nyaman, dan efisien dalam mendapatkan produk pelayanan yang diberikan (Irawan, 2004).

Faktor utama dalam meningkatkan kepuasan konsumen merupakan faktor penting bagi perusahaan, memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Dalam menentukan kepuasan konsumen, terdapat 4 (empat) faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan.

- 1) Kualitas Produk

Konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

- 2) Kualitas Pelayanan

Terutama untuk industri jasa, konsumen akan merasakan puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan harapan.

- 3) Emosional

Konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang didapat bukan dari kualitas produk lagi, melainkan nilai sosial yang membuat konsumen menjadi puas terhadap produk atau merek.

- 4) Harga

Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumen.

- 5) Biaya

Konsumen yang tidak mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapat suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa yang digunakan.

Berdasarkan keterangan di atas, maka konsumen yang puas terhadap produk atau jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali dikemudian hari (Irawan, 2004).

### **3. Indikator Kepuasan Konsumen**

Menurut Zeithaml dan Bitner (2015) indikator merupakan variabel yang dapat digunakan untuk mengevaluasi keadaan atau status dan memungkinkan dilakukannya pengukuran terhadap perubahan-perubahan yang terjadi dari waktu ke waktu. Adapun indikator pembentuk kepuasan konsumen terdiri dari:

a. Kesesuaian harapan

Merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh pelanggan dengan yang dirasakan oleh pelanggan

b. Minat berkunjung kembali

Merupakan kesediaan pelanggan untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk yang terkait.

c. Kesediaan merekomendasikan

Merupakan kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga (Zeithaml dan Bitner, 2015).

Berdasarkan keterangan di atas bahwa indikator dari kepuasan konsumen merupakan hal yang penting untuk mengetahui kondisi kepuasan yang terdiri dari kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali dan kesediaan merekomendasikan.

Menurut Kotler ada 4 (empat) metode yang dapat digunakan dalam melakukan pengukuran kepuasan pelanggan, diantaranya yaitu:

1) Sistem keluhan dan saran

Organisasi yang berorientasi pada konsumen, perlu memberikan kesempatan yang luas kepada konsumennya. Sarana yang digunakan bisa melalui kotak saran, kartu komentar, atau saluran khusus bebas

pulsa. Dengan seperti ini sebuah organisasi akan bisa segera memperbaiki sistem yang kurang baik segera mencari solusi yang tepat.

## 2) *Ghost Shopping*

Salah satu untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan konsumen adalah dengan mempekerjakan beberapa orang yang berperan sebagai pembeli potensial, kemudian melakukan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk tersebut, selain itu juga dapat mengamati cara penanganan setiap keluhan.

## 3) *Lost Costumer Analysis*

Sebuah perusahaan seharusnya menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi. Bukan hanya sebuah *exit interview* saja yang perlu, tetapi pemantauan *costumer loss rate* juga penting, peningkatan *costumer loss rate* menunjukkan sebuah kegagalan perusahaan dalam memuaskan pelanggannya.

## 4) Survei kepuasan pelanggan

Umumnya penelitian mengenai kepuasan pelanggan dilakukan dengan penelitian survei, baik melalui pos, telepon, maupun wawancara langsung, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan juga memberi tanda positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggan (Aziz, 2012).

# 4. Perilaku Konsumen

## a. Pengertian Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen adalah tingkah perilaku konsumen baik individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan bagaimana jasa, barang dan ide pengalaman untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan mereka. Perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor budaya,

sosial, dan pribadi. Faktor budaya paling berpengaruh banyak dan dalam (Kotler & Keller, 2009).

Wujud-wujud Konsumen sebagai berikut:

- 1) *Personal Consumer* merupakan konsumen ini menggunakan barang atau jasa untuk digunakan sendiri.
- 2) *Organizational Consumer* merupakan konsumen ini menggunakan barang atau jasa untuk memenuhi dan menjalankan organisasi tersebut. Konsumen pada umumnya lebih tertarik dengan produk-produk yang harganya lebih murah (Kotler & Keller, 2009).

## **B. Konsep Pelayanan**

### **1. Pengertian Pelayanan**

Hakikat pelayanan adalah rangkaian proses yang terus menerus melakukan kegiatan pelayanan dalam seluruh siklus hidup organisasi sosial. Proses kegiatan yang dimaksud adalah hubungan antara penerima kebutuhan dan penyedia kebutuhan untuk saling menerima dengan baik tanpa ada keluhan ketidakpuasan terhadap layanan. Di Indonesia, istilah pelayanan publik dianggap mirip dengan istilah pelayanan publik atau *community service* (Novianty, 2018).

Dalam bahasa Inggris pelayanan adalah *service*. Menurut Moenir dalam Noviyanti (2018) pelayanan adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok untuk tujuan tertentu, di mana mereka yang dapat merasakan oleh mereka yang dilayani atau melayani, tergantung dari kemampuan pelayanan untuk memuaskan permintaan konsumen (Noviyanti, 2018).

Unsur pelayanan pada proses aktivitas pelayanan publik masih ada beberapa faktor atau unsur yang mendukung jalannya aktivitas. Menurut Sariatmodjo (2000), unsur-unsur tadi antara lain sistem, prosedur dan metode yaitu pada pelayanan publik perlu adanya sistem informasi, mekanisme dan metode yang mendukung kelancaran pada menaruh pelayanan azas, prinsip dan baku pelayanan publik. Secara teoritis, tujuan pelayanan publik dalam

dasarnya merupakan memuaskan rakyat. Untuk mencapai kepuasan itu dituntut kualitas pelayanan publik yang professional Lijan Poltak Sinambela mengemukakan asas-asas dalam pelayanan tercermin dari:

- a. Transparansi bersifat terbuka, mudah dan dapat diakses oleh semua pihak yang membutuhkan dan disediakan secara memadai serta mudah dimengerti.
- b. Akuntabilitas dapat dipertanggungjawabkan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
- c. Kondisional sesuai dengan kondisi dan kemampuan memberi dan menerima pelayanan dengan tetap berpegang pada prinsip efisiensi dan efektivitas.
- d. Partisipatif mendorong peran serta masyarakat dalam penyenggaraan pelayanan publik dengan memperhatikan aspirasi, kebutuhan dan harapan masyarakat.
- e. Keamanan hak tidak diskriminatif dalam arti tidak membedakan suku, agama, ras, golongan, gender, dan status ekonomi.
- f. Keseimbangan hak dan kewajiban memberi dan menerima pelayanan harus memenuhi hak dan kewajiban masing-masing pihak (Sinambela, 2008).

Prinsip pelayanan publik dari keputusan MENPAN No. 63/ KEP/ M. PAN/ 7/ 2003 diantaranya adalah:

- a) Kesederhanaan prosedur pelayanan publik berbelit-belit, gampang dipahami dan gampang dilaksanakan.
- b) Kejelasan persyaratan teknis dan administratif pelayanan publik; unit kerja atau pejabat yang berwenang dan bertanggung jawab pada menaruh pelayanan dan penyelesaian keluhan atau problem dan konkurensi pada aplikasi pelayanan publik, rincian biaya pengiriman barang pelayanan publik dan rapikan cara pembayaran.
- c) Kepastian ketika pelaksanaan pelayanan publik bisa diselesaikan pada kurun ketika yang sudah ditentukan.
- d) Akurasi produk pelayanan publik diterima menggunakan benar, sempurna dan sah.

- e) Keamanan proses dan produk pelayanan publik menaruh rasa kondusif dan kepastian hukum.
- f) Tanggung jawab pimpinan penyelenggara pelayanan publik atau pejabat yang ditunjuk bertanggung jawab atas penyelenggaraan pelayanan dan penyelesaian keluhan atau problem pada aplikasi pelayanan publik, kelengkapan wahana dan prasarana, tersedianya wahana dan prasarana kerja dan pendukung lainnya yang memadai termasuk penyediaan wahana teknologi telekomunikasi dan informatika.
- g) Kemudahan akses tempat dan lokasi dan wahana pelayanan yang memadai, gampang dijangkau masyarakat, dan bisa memanfaatkan teknologi telekomunikasi dan informatika.
- h) Kedisiplinan, kesopanan dan keramahan pemberi pelayanan wajib bersikap disiplin, sopan dan santun, ramah, dan menaruh pelayanan menggunakan ikhlas.
- i) Kenyamanan lingkungan pelayanan wajib tertib, teratur, disediakan ruang tunggu yang nyaman, bersih, rapi, lingkungan sehat dan dilengkapi menggunakan fasilitas pendukung pelayanan misalnya parker, toilet, loka ibadah, dan lain-lain.

Keputusan Menteri Aparatur Negara Nomor 63/KEP/M.PAN/7/2003, tanggal 10 juli 2003 tentang pedoman umum penyelenggaraan pelayanan publik disebutkan bahwa pelayanan publik adalah “segala kegiatan pelayanan yang dilaksanakan oleh penyelenggara pelayanan publik sebagai upaya pemenuhan kebutuhan penerima pelayanan maupun pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-undangan”.

Karakteristik khusus dari pelayanan publik yang membedakannya dari pelayanan swasta adalah (Hasibuan, 2006):

- 1) Pelayanan pemerintah sebagian besar berupa jasa, dan barang tak nyata. Misalnya perijinan, sertifikat, peraturan, informasi keamanan, kebersihan, transportasi, ketertiban dan lainnya.



- 2) Selalu terkait dengan jalinan sistem yang berskala regional bahkan nasional. Misalnya pelayanan transportasi, pelayanan bus kota akan digabung dengan mikrolet, bajaj, ojek, taksi dan KAI untuk pelayanan umum di Jakarta.
- 3) Pelayanan *internal* cukup menonjol, sebagai akibat dari akibat dari tatanan organisasi pemerintahan yang birokratis.
- 4) Efisiensi dan efektivitas pelayanan akan meningkatkan seiring dengan peningkatan mutu pelayanan.
- 5) Desakan untuk memperbaiki pelayanan oleh polisi bukan dilakukan oleh hanya pelanggan langsung, akan tetapi juga oleh seluruh lapisan masyarakat.
- 6) Tujuan dari pelayanan publik adalah terciptanya masyarakat yang berdaya mengurus persoalannya.

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa pelayanan publik adalah kondisi di mana pelayanan memepertemukan atau memenuhi atau bahkan melebihi daripada yang menjadi harapan konsumen dengan sistem kinerja aktual dari penyedia jasa.

Dimensi kualitas jasa menurut Umar dalam Dwiwinarshi (2009:4) menyatakan ada 7 (tujuh) dimensi kualitas layanan yang meliputi sebagai berikut.

- a. *Reliability*, yaitu kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat dan tepercaya.
- b. *Responsiveness*, yaitu respons atau kesiapan karyawan dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap, yang meliputi kesigapan karyawan dalam melayani pelanggan, kecepatan karyawan dalam melayani transaksi, dan penanganan keluhan pelanggan.
- c. *Assurance*, yaitu meliputi kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara tepat, kualitas keramah tamahan, perhatian dan kesopanan dalam memberikan pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi. Dimensi ini merupakan gabungan dari sub dimensi.

- d. Kompetensi (*competence*), keterampilan dan pengetahuan yang dimiliki oleh para karyawan untuk melakukan pelayanan.
- e. Kesopanan (*courtesy*), meliputi keramahan, perhatian dan sikap para karyawan.
- f. Kredibilitas (*credibility*), meliputi hal-hal yang mendukung dengan kepercayaan kepada perusahaan, seperti reputasi, dan prestasi.
- g. *Empathy*, yaitu perhatian secara individual yang diberikan perusahaan kepada pelanggan, seperti kemudahan untuk menghubungi perusahaan, kemampuan karyawan untuk berkomunikasi dengan pelanggan, dan usaha perusahaan untuk memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya.
- h. *Tangible*, yaitu segala bukti fisik seperti pegawai, fasilitas, peralatan, tampilan fisik dari pelayanan seperti kendaraan operasional barang dan jasa yang ditawarkan.

## 2. Bentuk, Makna dan Tujuan Pelayanan Publik

Pelayanan umum terbagi menjadi 3 (tiga) bentuk yaitu:

### a. Layanan secara lisan

Layanan secara lisan dilakukan oleh petugas-petugas di bidang hubungan masyarakat, bidang informasi dan bidang-bidang lain yang tugasnya memberikan penjelasan dan keterangan kepada siapa pun yang memerlukan agar setiap layanan berhasil sesuai dengan yang diharapkan.

### b. Layanan melalui tulisan

Merupakan bentuk pelayanan yang paling menonjol dalam pelaksanaan tugas, tidak hanya dalam hal jumlah, tetapi juga dalam hal peran mereka, secara umum layanan secara tertulis untuk jarak jauh, dan dapat memuaskan karena faktor biaya.

### c. Layanan dengan perbuatan

Pada umumnya layanan ini dilakukan oleh petugas tingkat menengah dan bawah dalam bentuk perbuatan 70-80% keahlian dan keterampilan petugas sangat menentukan terhadap layanan pekerjaan (Ratminto, 2006).

Dalam Kep. Menpan No: 63/KEP/M.PAN/7/2003 tentang Pedoman Umum Penyelenggaraan Pelayanan Publik, pengelompokan pelayanan publik secara garis besar, sebagai berikut:

- 1) Pelayanan administratif
- 2) Pelayanan barang
- 3) Pelayanan jasa.

Dalam rangka meningkatkan kualitas pelayanan ada 7 (tujuh) dimensi yang harus diperhatikan:

- a) *Sel-esteem* berindikator merupakan pengetahuan prinsip pelayanan, menempatkan seseorang sesuai dengan keahliannya, menetapkan tugas pelayanan yang futuris dan berpedoman pada kesuksesan.
- b) *Recovery* dengan indikator merupakan keluhan bukan masalah, justru peluang. Mengumpulkan keinginan konsumen, uji coba standar pelayanan dan mengatasi keluhan konsumen.
- c) *Exced expectation* dengan indikator merupakan pemahaman terhadap keinginan konsumen, penyesuaian standar keamanan dan pelayanan sesuai harapan petugas.
- d) *Improve* berindikator merupakan memperbaiki secara *continue*, menciptakan lingkungan yang kondusif dan menyesuaikan perubahan.
- e) *Care* berindikator merupakan menjaga dan mempertahankan kualitas, menyusun sistem yang memuaskan konsumen, standar pelayanan yang tepat
- f) *Empower* berindikator merupakan memberikan rangsangan pada pekerja/pegawai, memberdayakan agar belajar dari pengalaman, pengakuan dan penghargaan.
- g) *Vision* berindikator merupakan perencanaan untuk masa depan, memanfaatkan teknologi dengan optimal, dan pelayanan sesuai kebutuhan (Sinambela, 2008).

### C. Standar Pelayanan Ojek Online

Dilansir dari Katadata.co.id (31 Desember 2018) Kementerian Perhubungan (Kemenhub) membuat Peraturan Menteri Perhubungan (Permenhub) Nomor 118 Tahun 2018 tentang transportasi online. Standar pelayanan yang memuat adalah sebagai berikut:

1. Pertama kesetaraan seperti waktu pelayanan.
2. Kedua, keamanan sehingga aplikasi wajib menyertakan tombol darurat (*panic batton*) yang berhubungan dengan kepolisian untuk penumpang maupun pengemudi.
3. Ketiga, keselamatan seperti kondisi fisik dan kompetensi pengemudi, waktu kerja pengemudi, serta fasilitas.
4. Keempat, keterjangkauan.
5. Kelima, kenyamanan seperti kapasitas angkut hingga pakaian pengemudi juga diatur.
6. Keenam, pengawasan terkait standar pelayanan ini akan diserahkan kepada aplikasi.

Standar pelayanan adalah standar untuk memberikan layanan berkualitas tinggi kepada pelanggan, seperti standar untuk mengevaluasi layanan, baik yang dalam proses pelayanan yang cepat, menyenangkan, bebas dari kesalahan, dan prosedur yang ditetapkan sebelumnya. Dalam hal ini, pelayanan publik lebih fokus pada bagian administrasi publik, seperti pembuatan kebijakan, pengorganisasian dan pengelolaan proses untuk memaksimalkan dan menggunakan efisiensi, karena pemerintahan adalah pemasok utama yang bertanggung jawab (Bisri, 2019).

Pelayanan publik dibagi menjadi 3 (tiga), yaitu:

1. Jenis Pelayanan Administratif

Jenis pelayanan administratif yaitu jenis pelayanan yang disediakan oleh unit layanan berupa pencatatan, rekaman penelitian, pengembalian keputusan dan kegiatan administratif lainnya. Contoh layanan tersebut yaitu sertifikat, lisensi, informasi tertulis, dan lain-lain.

## 2. Jenis Pelayanan Barang

Jenis layanan barang yaitu jenis layanan yang disediakan oleh unit layanan dalam bentuk kegiatan persembahan atau pengolahan bahan bentuk fisik, termasuk distribusi dan pengiriman ke konsumen langsung dalam satu sistem. Contoh layanan tersebut adalah layanan listrik, layanan penjernihan air dan layanan telepon.

## 3. Jenis Pelayanan Jasa

Jenis pelayanan jasa yaitu pelayanan yang diberikan oleh unit yang melayani sarana dan prasarana serta penunjangnya. Contoh jenis pelayanan ini adalah pelayanan angkutan darat, laut udara, pemadam kebakaran, dan lain lain (Kep. MENPAN No. 58/KEP/M.PAN/9/2002).

## D. Landasan Teologis

### 1. Konsep Kepuasan Pelanggan Dalam Islam

Kepuasan pelanggan dalam pandangan Islam adalah tingkat perbandingan antara harapan terhadap produk atau jasa yang harusnya sesuai syariat dengan kenyataan yang diterima. Untuk mengetahui tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen, maka sebuah perusahaan barang maupun jasa harus melihat kinerja perusahaannya yang berkaitan dengan, sebagai berikut ini:

#### a. Sifat Jujur

Sebuah perusahaan harus menanamkan sifat jujur kepada seluruh personel yang terlibat dalam perusahaan tersebut. hal ini berdasarkan pada sabda Nabi SAW yang artinya: “Muslim itu adalahh saudara muslim. Tidak boleh bagi seorang muslim, apabila berdagang dengan saudaranya dan menemukan cacat, kecuali diterangkannya” (HR. Ahmad dan Thobrani).

#### b. Sifat Amanah

Dalam dunia perdangan dikenal dengan istilah “menjual dengan amanah”, artinya penjual menjelaskan ciri-ciri, kualitas dan harga barang dagangan kepada pembeli tanpa melebih-lebihkannya. Berdasarkan uraian tersebut, maka sebuah perusahaan memberikan pelayanan yang memuaskan kepada pelanggan, antara lain dengan cara apa saja berkaitan dengan

barang atau jasa yang dijual kepada pelanggan. Sehingga dengan demikian konsumen akan mengerti dan tidak ragu untuk memilih barang jasa tersebut.

c. Benar

Berbohong sangat tidak dibenarkan dalam Islam, terlebih lagi jika disertai sumpah atas nama Allah SWT. Dalam hadis menjelaskan yang artinya: “Penjual dan pembeli bebas memilih selama belum ada keputusan transaksi, jika keduanya bersikap benar dan menjelaskan kekurangan barang yang diperdagangkan maka keduanya mendapatkan berkah dari jual belinya. Namun, jika keduanya saling menutupi aib barang dagangan itu dan berbohong maka jika mereka mendapat laba, hilanglah berkah dari jual belinya itu” (Muhammad, 2015).

## 2. Kepuasan Pelanggan Dalam Prespektif Islam

Dalam perilaku konsumen muslim, kepuasan pelanggan disebut *qana'ah*. *Qana'ah* merupakan cerminan kepuasan seseorang baik secara lahiriyah maupun batiniyah. Kepuasan dalam Islam mendorong seorang konsumen bersikap adil. Oleh karena *qana'ah* adalah cahaya keimanan yang tidak boleh redup (Muflih, 2006).

Kepuasan menurut islam harus mempertimbangkan beberapa hal berikut (Fitria, 2015):

- a. Barang atau jasa yang dikonsumsi harus halal, kita melihat batasan konsumsi dalam islam sebagaimana diurai dalam QS. Al- Maidah ayat 88

وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا ۗ وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ

Artinya: “Dan makanlah makanan yang halal lagi baik dari apa yang Allah telah rezkikan kepadamu, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepadanya- Nya”. (QS. Al-Maidah: 88)

Dalam ayat tersebut dijelaskan bahwa makanan ketika untuk transaksi jual beli memiliki dua kridetia yaitu halal dan *thayyibah*. Maksud kata halal yaitu halal dalam hal pembuatan makanan tersebut, baik bahan baku, sumber asal

makannya dan cara mendapatkannya tidak boleh yang dilarang oleh ajaran Islam.

Sedangkan *thayyib* memiliki kriteria sesuai dengan nilai-nilai agama, yaitu:

- 1) Barang-barang yang baik dan berkualitas
- 2) Barang yang suci
- 3) Barang yang indah (Hermawan, 2006).

b. Tidak mengandung riba

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

Artinya: "Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba (QS. Al-Baqarah: 275).

Dalam ayat di atas menjelaskan bahwa orang-orang yang melakukan praktik riba, usaha, tindakan, dan seluruh keadaan mereka akan mengalami kegoncangan, jiwanya tidak tenang. Perumpamaan seperti orang yang dirusak oleh setan sehingga terganggu akibat gila yang dideritanya. Dan persamaan yang mereka kira tidak benar, karena sedikit atau banyak riba hukumnya tetap haram (Rodiyah, 2015).

c. Dalam mengonsumsi barang atau jasa tidak boleh berlebihan, perilaku berlebihan diharamkan sekaligus komoditas yang dibelanjakan adalah halal. Dalam QS. A'raf (7): 31 Allah SWT berfirman:

يٰۤاٰدَمُ خُذْ وَاٰدَمَ زَيْنَتَكَمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا وَاشْرَبُوْا وَلَا تُسْرِفُوْا اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ  
الْمُسْرِفِيْنَ

Artinya: "Wahai anak cucu Adam! Pakailah pakaianmu yang bagus pada setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, tetapi jangan berlebihan. sungguh, Allah tidak menyukai orang yang berlebih-lebihan" (QS. Al- A'raf: 31).

Ayat tersebut menjelaskan bahwa Allah SWT memerintahkan untuk menutup aurat dan berhias ketika memasuki masjid atau mengerjakan thawaf. Serta Allah SWT melarang mereka berlebih-lebihan dan memakan makanan yang baik. Adapun maksud orang yang berlebih-lebihan adalah mereka

membelanjakan hartanya sampai batas perbuatan orang-orang yang lemah akal dan mubazir maka dia juga termasuk orang yang menyelisihi apa yang telah Allah syariatkan dia juga kepada hamba-hamba-Nya dan telah terjerumus (Kasdi, 2013).

### 3. Perilaku Konsumen Muslim

#### a. Pengertian Perilaku Konsumen Muslim

Perilaku konsumen muslim memiliki keunggulan dibanding perilaku konsumen non muslim. Konsumen muslim tidak hanya sekadar memenuhi kebutuhan individual (materi), tetapi juga memenuhi kebutuhan sosial (spiritual). Selain itu yang tidak didapati pada kajian perilaku konsumen dalam perpektif ekonomi konvensional adalah kehadiran saluran penyeimbang dari saluran kebutuhan individual yang disebut saluran konsumsi sosial. Al- quran mengajarkan umat Islam agar menyalurkan hartanya dalam bentuk sedekah, infaq dan zakat. Hal ini menegaskan bahwa umat Islam yang satu dengan yang lain merupakan mata rantai yang kokoh bagi umat Islam yang lainnya (Muflih, 2006).

#### b. Konsep *Mashlahah* Dalam Perilaku Konsumen Muslim

Konsep *mashlahah* diartikan sebagai konsep pemetaan perilaku konsumen berdasarkan asas kebutuhan, pemetaan perilaku konsumen tentang penolakan terhadap *kemudharatan* seperti barang-barang yang haram termasuk barang syubhat, bentuk konsumsi yang mementingkan orang lain sedangkan membahayakan diri sendiri. Dalam kondisi tertentu, persepsi kebutuhan bisa menjangkau aspek sekunder dan tersier jika pokok (*dharuriyat*) sudah dipenuhi terlebih dahulu (Muflih, 2006).

Adapun sifat-sifat *mashlahah* adalah sebagai berikut:

- 1) *Mashlahah* bersifat subjektif dalam arti bahwa setiap individu menjadi hakim bagi semua masing-masing perbuatan.
- 2) *Mashlahah* perorangan akan berbeda dengan *mashlahah* orang banyak
- 3) Konsep *mashlahah* mendasari semua aktivitas ekonomi dalam masyarakat.



- 4) Setiap individu akan memilih dua jenis pilihan dengan mengalokasikan berapa *mashlahah* jenis pertama dan *mashlahah* jenis kedua.
- 5) Memilih mengalokasikan untuk pendapatan untuk kebutuhan kebutuhan dunia dan berapa untuk kebutuhan akhirat (Muflih, 2006).

#### 4. Pelayanan Dalam Pengertian Islam

Dalam ajaran islam mengajarkan nilai-nilai diantaranya adalah persamaan derajat sesama manusia, semangat persaudaraan, berkiblat pada kebaikan, keadilan kejujuran, amanah, pengabdian/ ibadah, keikhlasan, tanggung jawab, mendahulukan kewajiban, memberikan pertolongan, berakhlak mulia, prinsip toleransi, kedamaian dan musyawarah (Muhammad, 2015).

Jauh sebelumnya, islam mengajarkan kepada seluruh umat manusia (bukan hanya untuk umat muslim) untuk memberikan pelayanan yang berkualitas sebagaimana firman Allah SWT dalam surat Al- Baqarah ayat 267:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ ۖ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِأَجْدِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ ۖ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ

Artinya:

“ Hai orang-orang yang beriman, infakkanlah sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. Dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu sendiri tidak kamu mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji”.

Dari ayat di atas dijelaskan bahwa Islam mengajarkan jika ingin memberikan hasil usaha yang baik berupa barang atau jasa hendaknya harus menyediakan kualitas yang baik untuk orang lain, jangan menyediakan kualitas yang buruk atau tidak berkualitas. Berkaitan dengan ayat di atas, dalam Tafsir *al-Ibriz* karya dari KH. Mustofa Bisri menafsirkan bahwa sejatinya setan itu pekerjaannya menakuti umat manusia dengan menakut-nakuti menjadi faqir sehingga manusia tidak ingin memberi zakat. Dan setan itu pekerjaannya memberikan perintah agar melakukan kejelekan, seperti kikir dan tidak memberi zakat. Akan tetapi, Allah SWT berjanji akan mengampuni dan memberikan

anugerah yang luas dan besar, dan melihat siapa yang mengerjakan infaq dan yang tidak mengerjakan infaq. Dalam hal ini Allah SWT memerintahkan kita untuk memberikan pelayanan yang berkualitas untuk konsumen pada usaha kita yang kita dirikan, maka Allah SWT akan memberi balasan yang berlipatganda (Al-Ibriz: 110).

## E. Kajian Pustaka

Penelitian terdahulu mengenai transportasi *online* sudah mulai bermunculan sejak Gojek dan Grab menyebar di Indonesia. Ada beberapa penelitian dalam skripsi dan jurnal. Selain berfungsi sebagai eksplorasi mendalam terhadap temuan terkait penelitian yang akan dilakukan, juga dapat sebagai acuan untuk melihat cela yang belum pernah diteliti oleh penelitian terdahulu.

Penelitian yang dilakukan oleh Titi Widya, dkk (2022). dengan judul “ Analisis Kepuasan Konsumen di Cemara Asri Pasar Buah Medan”. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan untuk mengetahui kepuasan konsumen saat berbelanja di Cemara Asri Pasar Buah, Medan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen pada saat berbelanja di Cemara Asri Pasar Buah, Medan. Masih kurang dilihat dari pelayanan yang kurang ramah terhadap konsumen juga respons karyawan yang lambat dalam menangani keluhan konsumen, fasilitas parkir masih dapat ditingkatkan juga promosi yang kurang menyebar. Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan diteliti adalah sama sama menganalisis tentang kepuasan pelanggan atau konsumen. Perbedaan dari penelitian tersebut adalah meneliti kepuasan konsumen Cemara Asri Pasar Buah, Medan serta telah mendapatkan hasilnya. Sedangkan penelitian yang diteliti oleh penulis adalah kepuasan konsumen ojek *online* Itejek Bumiayu.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rinto Alexandro, dkk. (2021) judul “Analisis Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Panca Rasa Puruk”. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui kualitas pelayanan kepada masyarakat Rumah Makan Panca Rasa dituntut untuk melakukan sesuatu yang terbaik dan memberikan kepuasan kepada pelanggan dalam pelayanannya. Hasil penelitian

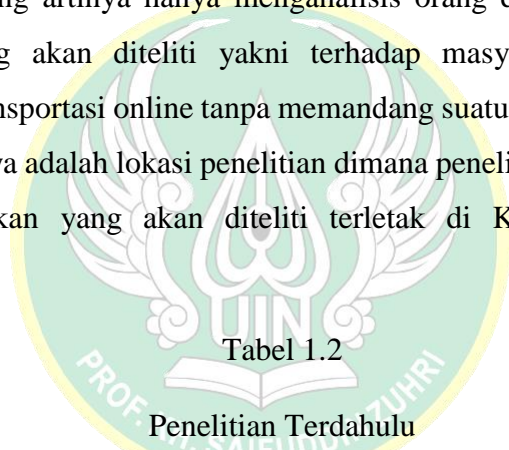
ini kualitas pelayanan ditunjukkan dari aspek *tangible*, *realibility*, *responsiveness*, *ssumrance*, dan *emphaty* pada rumah makan panca rasa puruk cahu adalah sebagai berikut aspek *tangible* memberikan fasilitas yang lengkap, penataan barang-barang dan penampilan karyawan yang bersih dan rapi. Perbedaan penelitian tersebut adalah dengan meneliti Rumah Makan Panca Rasa Puruk dan mendapatkan hasil yaitu konsumen merasa puas dengan makanan yang dijual dan bervariasi. Konsumen juga menciptakan *world of mounth* sehingga konsumen semakin banyak dan mengetahui. Sedangkan penelitian yang ditulis oleh penulis adalah kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan secara umum sudah baik, sehingga pelanggan merasakan adanya kepuasan terhadap pelayanan yang diberikan dalam jasa transportasi *online* yaitu Itejek.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Abrianti, dkk (2020), dengan judul “Analisi Kepuasan Konsumen Wixel Hotel Kediri”. Tujuan dari penelitian ini adalah mendeskripsikan dan menganalisis kualitas layanan pada Wixel Hotel Kediri, mendeskripsikan dan menganalisis kepuasan pelanggan konsumen pada Wixel Hotel Kediri. Hasil penelitian ini adalah kepuasan pelanggan dapat dilihat dari kualitas pelayanan jasa hotel Wixel Hotel Kediri dalam kategori baik, hal ini tampak dari pandangan yang baik dari konsumen tentang penampilan fisik hotel, keterjangkauan lokasi, pelayanan karyawan yang diberikan, jaminan keamanan dan bentuk perhatian serta pemberian informasi yang jelas dengan penuh keramahan. Perbedaan penelitian tersebut adalah pelanggan hotel sebagai data primer dan pihak hotel selaku data pendukung. Sedangkan penelitian yang ditulis penulis adalah pelanggan Itejek Bumiayu sebagai data primer dan pihak atau owner Itejek selaku data pendukung.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Siti Jumaidah (2020) dengan judul “Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Dalam Memilih Fashion Busana Muslim Di Family Jaya Store” Tujuan dari penelitian ini adalah membahas tentang tingkat kepuasan konsumen dalam memilih *fashion* busana muslimah di Family Jaya Store, bagaimana tingkat kepuasan para konsumenn setelah membeli suatu barang yang diinginkan, tingkat kepuasan bisa dirasakan setelah seorang konsumenn melakukan

kegiatan yang dilihat melalui panca indranya sendiri. Hasil penelitian tersebut adalah harga yang terjangkau dan promosi yang menarik mempengaruhi kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan kualitas produk Family Store. Perbedaan penelitian tersebut adalah meneliti pelanggan Family Store yang berada di Jambi. Sedangkan penelitian yang ditulis peneliti adalah meneliti pelanggan Itejek yang berada di Kecamatan Bumiayu dan sekitarnya.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rindi Agustian (2019) dengan judul “Analisis Kepuasan Konsumen Muslim Terhadap Pelayanan Ojek *Online* (Grab) (Studi Masyarakat Pekan Sabtu Provinsi Bengkulu)”. Perbedaan dari penelitian tersebut terletak pada sasaran penelitian yakni penelitian tersebut mengarah pada konsumen muslim yang artinya hanya menganalisis orang dengan agama Islam berbeda dengan yang akan diteliti yakni terhadap masyarakat umum yang menggunakan jasa transportasi online tanpa memandang suatu ras suku dan agama. Perbedaan yang lainnya adalah lokasi penelitian dimana penelitian tersebut terletak di Bengkulu sedangkan yang akan diteliti terletak di Kecamatan Bumiayu Kabupaten Brebes.

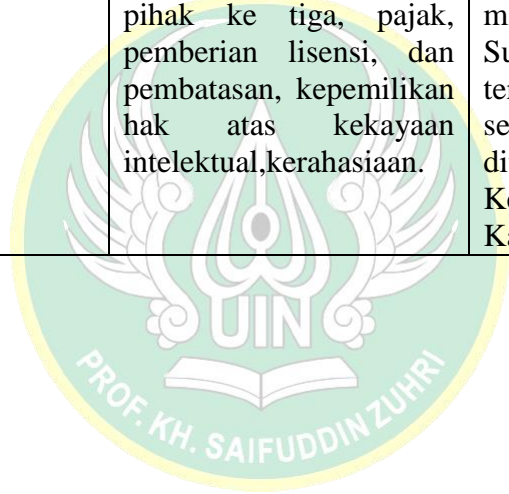


Tabel 1.2  
Penelitian Terdahulu

| No. | Judul dan Nama Peneliti   | Hasil Dari Penelitian   | Perbedaan  |
|-----|---|---|--|
| 1.  | Analisis Kepuasan Konsumen di Cemara Asri Pasar Buah Medan<br><br>Titi Widya, dkk. (2022) | Bahwa kepuasan konsumen pada saat berbelanja di Cemara Asri Pasar Buah, Medan. Masih kurang dilihat dari pelayanan yang kurang ramah terhadap konsumen juga respons karyawan yang lambat dalam menangani keluhan konsumen, fasilitas parkir masih dapat ditingkatkan juga | Terletak pada penelitian kepuasan konsumen Cemara Asri Pasar Buah, Medan serta telah mendapatkan hasilnya. Sedangkan penelitian yang diteliti oleh penulis adalah kepuasan konsumen ojek <i>online</i> Itejek Bumiayu. |

|    |  |   |  |
|----|--|---|--|
|    |  | promosi yang kurang menyebar.   |  |
| 2. | Analisis Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Panca Rasa Puruk<br><br>Rinto Alexandro (2021) | Kualitas pelayanan ditunjukkan dari aspek <i>tangible, realibility, responsiveness, ssumrance, dan emphaty</i> pada rumah makan panca rasa puruk cahu adalah sebagai berikut aspek <i>tangible</i> memberikan fasilitas yang lengkap, penataan barang-barang dan penampilan karyawan yang bersih dan rapi   | Terletak pada rumah Makan Panca Rasa Puruk dan mendapatkan hasil yaitu konsumen merasa puas dengan makanan yang dijual dan bervariasi. Konsumen juga menciptakan <i>world of mounth</i> sehingga konsumen semakin banyak dan mengetahui. Sedangkan penelitian yang ditulis oleh penulis adalah kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan secara umum sudah baik, sehingga pelanggan merasakan adanya kepuasan terhadap pelayanan yang diberikan dalam jasa transportasi <i>online</i> yaitu Itejek. |
| 3. | Analisi Kepuasan Konsumen Wixel Hotel Kediri<br><br>Abrianti, dkk. (2020)  | Kepuasan pelanggan dapat dilihat dari kualitas pelayanan jasa hotel Wixel Hotel Kediri dalam kategori baik, hal ini tampak dari Pandangan yang baik dari konsumen tentang penampilan fisik hotel, keterjangkauan lokasi, pelayanan karyawan yang diberikan, jaminan keamanan dan bentuk perhatian serta pemberian informasi yang jelas dengan penuh keramahan | Perbedaan penelitian tersebut terletak adalah pelanggan hotel sebagai data primer dan pihak hotel selaku data pendukung. Sedangkan peneliti Pelanggan Itejek Bumiayu sebagai data primer dan pihak atau owner Itejek selaku data pendukung.  |
| 4. | Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Dalam Memilih   | Harga yang terjangkau dan promosi yang menarik mempengaruhi   | Perbedaan penelitian ini terletak pada pelanggan Family Store yang berada  |

|    |  |   |   |
|----|--|---|---|
|    | Fashion Busana Muslim Di Family Jaya Store<br><br>Siti Jumaidah (2020)   | kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan kualitas produk Family Store.  | di Jambi. Sedangkan penelitian yang ditulis peneliti adalah meneliti pelanggan Itejek yang berada di Kecamatan Bumiayu dan sekitarnya.  |
| 5. | Analisis Kepuasan Konsumen Muslim Terhadap Pelayanan Ojek <i>Online</i> (Grab) (Studi Masyarakat Pekan Sabtu Provinsi Bengkulu)<br><br>Rindi Agustian (2019) | Hasil penelitian yang harus diperhatikan adalah: pernyataan dan jaminan, pembayaran, saldo OVO, program loyalitas grab reward, biaya pembatalan, penilaian (rating), dari penyedia jasa transportasi pihak ke tiga, pajak, pemberian lisensi, dan pembatasan, kepemilikan hak atas kekayaan intelektual, kerahasiaan. | Perbedaan penelitian ini terletak pada sasaran penelitian mengarah pada konsumen muslim yang artinya hanya menganalisis orang dengan agama Islam berbeda dengan yang akan diteliti yakni terhadap masyarakat umum. Subjek penelitian tersebut terletak di Bengkulu sedangkan yang akan diteliti terletak di Kecamatan Bumiayu Kabupaten Brebes. |



## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan paradigma penelitian kualitatif yang mendasarkan pada pemaknaan pada suatu fenomena dengan cara berinteraksi langsung dengan subjek penelitian. Hal ini diharapkan agar dapat mendeskripsikan makna yang diperoleh secara alami dan holistik (Yusuf, 2014). Sedangkan metode yang dipilih yakni studi kasus agar deskripsi yang dihasilkan akan mendalam dan holistik tentang objek penelitian (Rahardjo & Gudnanto, 2017).

Hasil dari studi kasus nantinya akan menyajikan informasi yang rinci mengapa suatu fenomena terjadi dan juga dapat digunakan sebagai landasan untuk pengembangan penelitian selanjutnya (Yusuf, 2014). Peneliti akan mengumpulkan data dengan cara mendatangi langsung ke lapangan atau lembaga yang menjadi objek penelitian untuk mempelajari secara intensif tentang berbagai permasalahan yang diteliti (Husaini & Purnomo, 2009).

#### **B. Lokasi dan Waktu Penelitian**

##### **1. Lokasi penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Itejek Bumiayu yang berada Perumahan Lembah Sakinah G1 beralamatkan di Jalan Lingkar Talok, Kecamatan Bumiayu, Kabupaten Brebes, Jawa Tengah dengan kode pos 52273. Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tersebut karena beberapa alasan diantaranya sebagai berikut Itejek Bumiayu merupakan ojek *online* lokal dan pelopor pertama, yang ada di Kecamatan Bumiayu yang menyediakan beberapa penawaran pelayanan jasa pesan antar makanan, barang, pembelian, pembayaran, dan pengiriman yang mana keberadaan Itejek selama tahun 2017 sampai sekarang masih bertahan dan meningkatkan pelayanan kepada pelanggan.

## 2. Waktu Penelitian

Waktu yang digunakan dalam penelitian ini dilaksanakan sejak Januari sampai dengan Februari 2021 pada pengguna Itejek Bumiayu dengan populasi 250 orang dan mengambil sampel sebanyak 25 responden.

## C. Sumber Data

Adapun sumber data dalam penelitian ini diperoleh oleh pihak yang benar-benar mempunyai kompetensi dalam hal ini. Dalam penelitian ini menggunakan data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari responden atau objek yang diteliti dan dapat pula dari lapangan (Sugiyono, 2015). Data sekunder juga akan peneliti gunakan untuk melengkapi data primer yang diperoleh.

### 1. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian (Syamsu, 2017), dalam hal ini peneliti memperoleh data atau informasi langsung dengan menggunakan instrumen-instrumen yang telah ditetapkan. Data primer dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian. Pengumpulan data primer merupakan bagian internal dari proses penelitian dan yang sering kali diperlukan untuk tujuan pengambilan keputusan. Data primer dianggap lebih akurat, karena data ini disajikan secara terperinci (Purhantara & Wahyu, 2010). Sebagai data primer dalam penelitian ini adalah melakukan wawancara mendalam (*depth interviews*) dan observasi partisipatif dengan Bapak Yogi Ambara selaku pemilik Itejek dan Ibu Reny sang istri.

### 2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber yang telah ada (Syamsu, 2017). Data ini digunakan untuk mendukung informasi



primer yang telah diperoleh yaitu dari bahan pustaka, literatur, penelitian terdahulu, buku, dan lain sebagainya (Hasan & M. Iqbal, 2002). Sumber data sekunder penelitian ini berupa dokumen dan website yang mendukung.

#### **D. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yaitu langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian yaitu mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan. Dalam penelitian kualitatif, pengumpulan data dilakukan pada *natural setting* (kondisi alamiah), sumber data primer, dan teknik pengumpulan data lebih banyak pada observasi partisipatif serta wawancara mendalam (*indept interview*) dan dokumentasi. Catherine Marshall, Grechen B. Rossman (Sugiyono, 2017) menyatakan bahwa metode dasar yang diandalkan oleh penelitian kualitatif untuk mengumpulkan informasi dalam setting, observasi langsung, wawancara mendalam dan *review* dokumen.

Adapun dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara dan dokumentasi.

##### **1. Observasi**

Menurut Nasution (1988) menyatakan bahwa observasi merupakan dasar semua ilmu pengetahuan. Para ilmuwan hanya dapat bekerja berdasarkan data, yaitu fakta mengenai kenyataan yang diperoleh melalui observasi (Sugiyono, 2017). Melalui observasi, peneliti dapat mengindra semua informasi di lapangan kemudian memberikan makna dan kesimpulan untuk penelitiannya (Yusuf, 2014).

Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan bila penelitian terkait dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam bila responden yang diamati tidak terlalu besar (Sugiyono, 2012). Dalam penelitian ini, peneliti melakukan observasi pada Ojek Online

Itejek Bumiayu untuk mengetahui kepuasan pelanggan dengan cara peneliti menggunakan jasa tersebut, untuk mengetahui bagaimana pelayanan yang diberikan kepada konsumen.

## 2. Wawancara

Menurut Esterberg (2002) definisi dari wawancara yaitu pertemuan dua orang untuk bertukar ide dan informasi melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu (Sugiyono, 2017). Metode wawancara digunakan peneliti saat ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dan juga jika peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam. Dalam hal ini peneliti menggunakan wawancara terstruktur, yaitu peneliti menyiapkan terlebih dahulu pertanyaannya. Narasumber dalam wawancara penelitian ini adalah pemilik ojek online dan juga konsumen Itejek Bumiayu Kabupaten Brebes. Peneliti akan melakukan wawancara secara langsung kepada pemilik Itejek serta wawancara tertulis dengan pelanggan dengan mengakses melalui *social media* seperti *Facebook, Instagram, dan WhatsApp*.

## 3. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumentasi bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental seseorang. Peneliti menggunakan instrumen dokumentasi untuk memperoleh data tentang pelayanan Itejek Bumiayu Kabupaten Brebes. Instrumen ini diperlukan untuk melengkapi data-data yang diperlukan, dengan menggali dokumen yang dimiliki tentang hal-hal yang ada hubungannya dengan penelitian (Yeti, 2020).

## E. Teknik Analisis Data

Analisis data menurut Miles & Huberman (1984) terdiri dari tiga alur yaitu:

## 1. Reduksi Data

Menurut Sugiyono (2017) data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, maka dari itu perlu dicatat secara rinci dan teliti. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal penting, dicari pola dan temanya dan membuang yang tidak diperlukan. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan memudahkan peneliti untuk mengumpulkan data selanjutnya, dan mencari bila diperlukan.

Reduksi data dalam penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan dan merangkum data-data yang difokuskan pada hal-hal yang berkaitan dengan analisis kepuasan pelanggan terhadap pelayanan Itejek Bumiayu.

## 2. Penyajian Data

Setelah data direduksi, langkah selanjutnya merupakan penyajian data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, flowchart dan sejenisnya. Menurut Miles & Huberman (1984) menyatakan bahwa yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif (Sugiyono, 2017). Setelah menyajikan data, peneliti akan lebih memudahkan untuk memahami fenomena berdasarkan data dari lapangan.

Penyajian data dalam penelitian ini berupa pengelompokan data yang sejenis untuk memudahkan dalam menarik kesimpulan. Data yang disajikan berupa data mengenai analisis kepuasan pelanggan terhadap pelayanan ojek *online* Itejek Bumiayu.

## 3. Penarikan Kesimpulan atau Verifikasi

Menurut Miles dan Huberman dalam (Sugiyono, 2017) langkah ke tiga dalam analisis adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal dikemukakan masih sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Akan tetapi, apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti

valid dan konsisten saat kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.

Kesimpulan dalam penelitian ini berupa deskripsi dalam bentuk teks narasi yang mendeskripsikan mengenai analisis kepuasan pelanggan terhadap pelayanan ojek *online* Itejek Bumiayu.

#### 4. Uji Keabsahan Data

Uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif meliputi beberapa pengujian. Penelitian ini menggunakan *uji credibility* (validitas internal) terhadap hasil penelitian. Uji keabsahan data diperlukan untuk mengetahui valid tidaknya suatu temuan atau data yang dilaporkan peneliti dengan keadaan dilapangan. Cara menguji kredibilitas terhadap penelitian menurut Sugiyono adalah:

“cara pengujian kredibilitas data atau kepercayaan terhadap data hasil penelitian kualitatif antara lain dilakukan kekuatan dalam penelitian, triangulasi data, diskusi dengan tema sejawat, analisis kasus negative dan *membercheck*” (Sugiyono, 2017).

##### a) Membercheck

*Membercheck* adalah proses pengecekan data yang diperoleh peneliti kepada pemberi data. Tujuan membercheck merupakan untuk mengetahui seberapa jauh data yang diperoleh sesuai dengan apa yang diberikan oleh pemberi data. Apabila data tersebut substantial, sehingga makin kredibel atau dipercaya. Tetapi jika data yang ditemukan peneliti dengan berbagai penafsiran tidak disepakati dengan perbedaan yang tajam, maka peneliti harus mengubah hasil temuannya dengan pemberi informasi. Jadi tujuan membercheck yaitu agar informasi yang diperoleh dan akan digunakan dalam penulisan laporan sesuai dengan apa yang dimaksud sumber data (Sugiono, 2016).

##### b) Triangulasi

Triangulasi diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai cara, dan berbagai waktu. Dengan demikian terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data, dan waktu. Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data dengan cara mengecek data yang diperoleh melalui beberapa sumber. Triangulasi

teknik untuk untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda (Sugiono, 2016).



## BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Profil Ojek *Online* Itejek Bumiayu

#### 1. Sejarah

Kecamatan Bumiayu merupakan satu dari 17 Kecamatan di Kabupaten Brebes. Pada mulanya, Itejek adalah ojek *online* bisnis mandiri yang didirikan oleh Mei Yogi Ambara dan sang istri Reny Haryanti. Pada awal mula, Yogi Ambara sebagai *owner* sekaligus driver.

*“Ya didirikan pada 2017 karena ada peluang”* (Ambara, 2021).

Penjelasan yang diberikan oleh Mei Yogi Ambara selaku pendiri Itejek memberikan gambaran bahwa beliau berinovasi memanfaatkan kemajuan teknologi di sektor transportasi *online* yaitu dengan memanfaatkan *smartphone*. Hal ini sangat lumrah dilihat di jalan, terutama di kota-kota besar tak terkecuali di kecamatan Bumiayu sudah tak asing lagi dengan ojek *online* atau kurir. Beliau mempromosikan Itejek dengan menyebarkan brosur dengan disebar dan ditempel di berbagai tempat seperti pasar, rumah sakit, dan lain-lain.

Selama kurang lebih 1 sampai 2 bulan pertama, Itejek banyak diminati oleh konsumen. Untuk meningkatkan target, *owner* membuat media promosi yang efektif seperti *Facebook*, dan *Instagram*. Hasilnya sangat signifikan, tidak hanya menambah orderan tetapi juga sekaligus memperluas promosi dan memengaruhi *positioning* di masyarakat. Seiring berjalannya waktu, disebabkan banyaknya permintaan dari konsumen, Yogi Ambara membuka lowongan *driver*.

Pada tahun berdiri 21 juli 2017, ojek *online* ini resmi bernama Itejek. Saat ini, Itejek resmi mempunyai 39 driver serta 2 administrator yaitu Alda dan Lia yang bertugas menghubungkan konsumen dengan driver. Adapun cara pemesanan adalah dengan menghubungi administrator melalui *Whatsapp*.

Untuk meningkatkan kepuasan pelayanan, menambah daya saing *owner* melakukan penambahan layanan, seperti *Food, Soap, Send, dan Pay*. Itejek hadir melayani sekitar kecamatan Bumiayu, Kecamatan Paguyangan, Kecamatan Bantarkawung, Kecamatan Sirampog, dan Kecamatan Tonjong. Hingga saat ini pelanggan Itejek sudah mencapai 250 sampai 400 konsumen, dan omzet mencapai Rp. 4.000.000-Rp. 5.000.000 perbulan. Momentum ini membuat *owner* makin serius dan tertantang untuk mengembangkan bisnisnya.

Salah satu strategi mempromosikan barang atau jasa merupakan dengan membuat merek dan logo sebagai salah satu tanda pengenal sebuah usaha. Logo dan merek yang digunakan ojek *online* ini yaitu Itejek disertai gambar sepeda motor dengan *background* oren, dimana sepeda motor melambangkan produk jasa ojek *online* Itejek.

1.1 Gambar Logo Itejek



## 2. Perkembangan Usaha

Itejek bermula di pertengahan tahun 2017 dirintis oleh Mei Yogi Ambara dan Reny Haryanti sang istri, sebagai bisnis usaha transportasi roda dua melalui aplikasi *WhatsApp*. Itejek saat ini tumbuh dan berkembang menjadi transportasi *online* yang menyediakan pembayaran, logistik, layanan antar makanan dan berbagai layanan lainnya.

Itejek adalah sebuah bisnis lokal yang berbasis teknologi yang berjiwa sosial dengan misi dan visi untuk membuka lapangan pekerjaan untuk masyarakat dan membantu UMKM dalam pemasaran produk. Itejek sudah bermitra dengan 39 driver lokal. Baru-baru ini Itejek bekerjasama dengan BRI dan *melaunching* dompet digital/*e-money* yaitu Aplikasi Qris untuk memudahkan pembayaran konsumen.

### 1.2 Gambar Launcing Qris Itejek



Sumber: Dokumentasi Instagram

Gambar di atas menunjukkan keikutsertaan Itejek Bumiayu dalam kegiatan Launcing Qris bekerja sama dengan BRI Cabang Bumiayu yang diselenggarakan pada 16 Desember 2021. Untuk proses pembayaran Itejek sudah bisa amenggunakan *e-money* atau dompet digital seperti OVO, Dana, Tcash, LINKaja, Gopay, Shopeepay dan masih banyak lainnya, hal ini tentu sangat memudahkan proses pembayaran.

Itejek telah beroperasi di 4 (empat) Kecamatan Bumiayu dan sekitarnya termasuk melayani antar Kabupaten yaitu Kabupaten Banyumas, Kabupaten Tegal dan Kabupaten Cirebon. Adapun layanan yang diberikan oleh Itejek yaitu *Food, Pay, Send dan Shop*.

### 3. Karakteristik Responden Penelitian

Responden dalam penelitian ini adalah masyarakat Kecamatan Bumiayu dan sekitarnya sebagai konsumen Itejek. Populasi penelitian



sebanyak 250 jiwa dan sampel yang digunakan peneliti sebanyak 10% dari jumlah populasi maka jumlah sampelnya adalah 25 responden. Maka menurut Arikunto (2015) jika populasi penelitian kurang dari 100 maka sampel yang diambil adalah semua dari jumlah populasi, tetapi jika populasi lebih dari 100 maka dapat dijadikan sampel 10-15% atau 20-25% atau lebih (Arikunto, 2015).

Adapun karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin tersaji pada tabel berikut.

Tabel 1.3

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

| JENIS KELAMIN | JUMLAH | PERSENTASE (100%) |
|---------------|--------|-------------------|
| Laki- laki    | 5      | 20%               |
| Perempuan     | 20     | 80%               |
| <b>Jumlah</b> | 25     | 100%              |

Sumber: Transkrip Hasil Data Wawancara Dengan Pelanggan

Berdasarkan pada tabel 1. responden persebaran jenis kelamin pengguna Itejek menunjukkan bahwa jenis kelamin yang paling tinggi yaitu perempuan sebanyak 80%, sedangkan laki-laki hanya 20% dari jumlah responden 25 responden. Hal ini selaras dengan survei terbaru lembaga riset Snapcart di Januari 2018 mengungkapkan bahwa generasi millennial menjadi pembelanja terbanyak di bidang *e-commerce* yakni sebanyak 50 persen (25-34 tahun). Mayoritas konsumen belanja *online* berdasarkan gender adalah wanita dengan jumlah mencapai 65 %.

Sedangkan pada tahun 2017 masih sedikit pengguna Itejek dikarenakan tahun tersebut adalah tahun baru berdiri sehingga membutuhkan waktu untuk memperkenalkan Itejek pada masyarakat Bumiayu.

## B. Standar Pelayanan Ojek *Online* Itejek Bumiayu

Pelayanan angkutan darat salah satunya adalah ojek *online*, yaitu Itejek Bumiayu layanan yang banyak digunakan oleh masyarakat karena bisa membantu dari kemacetan jika dibandingkan dengan angkutan umum sehingga lebih efisien dan efektif. Maka jika dilihat dari keefisienan waktu ada beberapa pengguna Itejek yang mengatakan bahwa:

*“Ya, driver Itejek menjemput dan mengantar pesanan dengan tepat waktu”* (Fadiya, 2021).

Menurut Fadiya, pelayanan yang diberikan Itejek untuk pelanggan adalah tepat waktu sesuai dengan waktu yang diinginkan beliau bisa dilihat dari sini kepuasan pelanggan tidak hanya dalam bentuk kualitas produk, tetapi juga pada kecepatan dan ketepatan layanan pengiriman dalam kinerja Itejek Bumiayu, hal tersebut menunjukkan bahwa Itejek sudah menerapkan kualitas layanan dalam bentuk dimensi *responsiveness*. Sementara itu, pelanggan Itejek lainnya mengatakan bahwa:

*“Iya tergantung, kadang lama tergantung pesenannya, kalo banyak kadang lama kalo dikit kadang ngga, biasanya cepet tergantung mesennya”* (Atika, 2021).

Berdasarkan penjelasan yang disampaikan oleh informan tersebut menunjukkan bahwa pengguna Itejek merasa puas dikarenakan pelayannya yang optimal. Schoeder (1994) Pelayanan optimal atau pelayanan prima merupakan layanan yang berkualitas tinggi, diberikan kepada konsumen sesuai dengan standar kualitas serta memenuhi dan melebihi kebutuhan dan harapan konsumen untuk mencapai kepuasan dan memicu kepercayaan pada konsumen penyedia jasa. Seperti yang dilihat dari deskripsi pelayanan prima yang menekankan pada pemenuhan yang melebihi harapan konsumen (Henky, 2009).

Salah satu bentuk keberhasilan dalam mendirikan jasa *online* adalah dengan melihat respons yang diberikan pelanggan. Makin pelanggan merespon dengan baik maka dampak yang diberikan ke perusahaan pemilik

jasa akan semakin besar, hal tersebut seperti Itejek Bumiayu yang memiliki ribuan pengguna jasanya.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mempengaruhi cara orang berkomunikasi dengan komunikasi fisik tatap muka tradisional yang secara bertahap akan digantikan oleh perangkat komunikasi di media sosial. Sejak kemunculan *smartphone* yang merupakan produk kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah memberikan dampak yang besar bagi sosial budaya masyarakat (Jogiyanto, 2001). Seperti perkuat oleh pernyataan informan sebagai berikut:

*“Cara pesan atau order jasa kami Itejek cukup menggunakan aplikasi WhatsApp, tidak berbelit-belit karna kalo WhatsApp orang awam seperti di Bumiayu juga paham mbak”* (Reny, 2021).

Pernyataan informan di atas menggambarkan berbelanja online sudah lumrah dilakukan masyarakat, karna menghemat waktu dan tenaga serta praktis. Sehingga Itejek memanfaatkan aplikasi *WhatsApp* karna mayoritas masyarakat Bumiayu adalah pengguna *WhatsApp* jadi untuk memesan atau order tidak perlu menginstal aplikasi lagi dari internet.

Kemudahan mengunduh aplikasi dari internet memudahkan pengguna untuk membuat komunitas online berdasarkan minat dan minat bersama. Menurut Sigit, komunikasi dan pengetahuan. Kesempatan ini memudahkan penggiat industri ojek untuk memperkenalkan ojek *online* berbasis aplikasi. Perusahaan yang menggunakan aplikasi virtual untuk mempermudah pemesanan angkutan ini adalah ojek *online*. Pemesanan melalui aplikasi seperti *WhatsApp* yang digunakan Itejek membuat Itejek cepat diterima masyarakat, serta berbagi pilihan pelayanan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat di bidang ini.

Dengan berbagai keunggulan yang dibawa ojek *online*, telah membawa pengaruh besar dalam kehidupan sosial masyarakat. Ojek online ini menawarkan inovasi transportasi terkini yang dipadukan dengan teknologi komunikasi *online*, sehingga memudahkan siapa saja untuk

memesan kapan saja dan di mana saja. Kualitas layanan dapat diukur dalam lima dimensi yaitu keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan berwujud (Jasfar, 2009).

Hal tersebut seperti yang diungkapkan oleh responden sebagai berikut:

*“Yang saya sukai yaitu di layanan order makanan, karena gercep (gerak cepat)” (Dini, 2021).*

*“Pelayanannya itu cepat, terus semisal dari pihak drivernya belum paham betul dengan apa yang saya minta biasanya konfirmasi ulang” (Septi, 2021).*

*“Tidak usah menanyakan alamat langsung depan rumah, itu yang saya suka dari Itejek” (Vidia, 2021).*

*“Yang saya suka karena bisa mencari pesanan lebih dari satu tempat, karna kadang keinginan anak-anak saya berbeda” (Tedi, 2021).*

*“Saya suka dari Itejek karena cepat, mudah tepat dengan terjangkau tarifnya” (Puji, 2021).*

Pelayanan Itejek dapat berpengaruh terhadap kepuasan serta penilaian yang diberikan oleh konsumen hal ini sesuai dengan pernyataan yang disampaikan oleh Aspiyah dan Martono bahwa karyawan yang memiliki disiplin kerja yang baik akan membantu menyelesaikan pekerjaan yang menjadi tanggung jawabnya dengan efektif dan efisien. Pemberian *rating* atau penilaian kepada *driver* sangat penting untuk didapatkan, karena itu akan menaikkan performa kedisiplinannya dalam melakukan pekerjaan. Pernyataan di atas menunjukkan Itejek Bumiayu sudah menerapkan dimensi kualitas pelayanan seperti *responsiveness* (tanggap), *reliability* (kehandalan), dan kompetensi.

Hal ini diperkuat oleh pernyataan dari beberapa responden, bahwa:

*“7, karena memudahkan saya dalam berbelanja saat sibuk atau malas keluar rumah” (Vita, 2021).*

*“7, karena selain tarifnya murah cara memesannya juga gampang bisa mengantarkan di seluruh daerah bumiayu dan sekitarnya” (Rosana, 2021).*

*“8, karena membantu keperluan yang saya butuhkan dan saya tidak perlu repot keluar rumah” (Nanik, 2021).*

*“8, karena saya cukup puas dengan pelayanan Itejek. Respons admin cepat, mayoritas driver ramah, metode pembayaran yang bermacam-macam, dan layanan yang cukup banyak” (Fadel, 2021).*

Pernyataan responden menunjukkan bahwa kepuasan sangat tinggi yang menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan Itejek sangat baik. Sebagai perusahaan perlu memperhatikan berbagai dimensi yang bisa menciptakan dan meningkatkan kualitas pelayanan jasa. pernyataan di atas menunjukkan bahwa Itejek Bumiayu menerapkan dimensi kualitas *assurance* (jaminan), *credibility* (kepercayaan) dan *emphaty* (perhatian).

Di era sekarang ini, kehidupan masyarakat hampir tidak bisa lepas dari aktivitas online atau internet. Hampir semua kalangan dan profesi membutuhkan akses internet untuk memperlancar aktivitasnya, termasuk bagi para pengusaha, kebutuhan akan modernisasi dan globalisasi memaksa para perusahaan dan pemasok jasa menguasai teknologi. Hal tersebut yang dijelaskan oleh *owner* Itejek bahwa:

*“Banyak, sekarang kan media sosial Instagram, Facebook, kita punya Facebook kan udah 5000 pengikut ya mbak, terus kita buka halman, bikin halaman yang khusus customer misal kalo halaman kan peserta berapapun kita bikin halaman namanya apa yah, saya ga pegang Facebook sayangnya mbak. Yang pegang Facebook suami saya, dan Instagram itu saya” (Reny, 2021).*

Pernyataan yang disampaikan *owner* Itejek menjelaskan bawah promosi atau memperkenalkan Itejek pada masyarakat yang diterapkan benar-benar efektif dengan melihat peluang bagaimana pengguna internet di Kecamatan Bumiayu sangat besar sekali dan pengguna media sosial seperti *Facebook, Instagram, Whatshapp* sangat banyak penggunanya. Pada zaman ini, media sosial sangatlah penting bahkan sudah menjadi kebutuhan

sehari hari dampak yang dihasilkan adalah pengguna internet sangat tinggi yang artinya kebutuhan internet sudah seperti kebutuhan sekunder yang diprimerkan. Ini adalah salah satu strategi pemasaran *online* yang sedang *trend* saat ini.

Promosi yang digunakan penyedia jasa Itejek untuk mencari pengguna dan mempertahankannya yakni dengan *mobile marketing*, bisa dikatakan sebagai strategi pemasaran yang menysasar pada konsumen yang menggunakan perangkat mobile seperti tablet, *smartphone* dan lain-lain. Untuk menjalankan strategi pemasaran *online* ini, *Facebook*, serta *Twitter* adalah pilihan yang tepat termasuk juga *Instagram*. *Continous marketing* atau pemasaran berkelanjutan menekankan pada aktivitas promosi di jejaring media sosial.

### C. Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Ojek *Online* Itejek Bumiayu

Substansi dari pelayanan merupakan sebuah rangkaian proses kegiatan pelayanan yang berlangsung secara rutin dan berkelanjutan meliputi seluruh kehidupan organisasi dalam masyarakat. Kegiatan proses yang dimaksud merupakan hubungan keperluan antara penerima dan pemberi kebutuhan dapat saling menerima baik tanpa ada keluhan ketidakpuasan layanan.

Dalam QS. Ad-Dhuha ayat 5 Allah SWT menegaskan pada umatnya bahwa:

وَأَسْأَلُكَ رَبُّكَ فَتَرْضَىٰ

Artinya:

“Dan sesungguhnya, kelak Tuhanmu pasti memberikan karunia-Nya kepadamu, sehingga engkau puas” (QS. Ad-Dhuha/93: 5).

Dalam firman Allah SWT pada surah Ad-Dhuha ayat 5 menerangkan dengan tegas bahwa Nabi Muhammad SAW akan diberi karunia dan pemberian-Nya hingga beliau meridhai. Seperti yang dikatakan Imam Ibnu Katsir menyebutkan dalam tafsirnya yakni kelak di negeri akhiratnya Allah SWT akan memberinya hingga dia merasa puas tentang umatnya dan juga

kemuliaan yang telah disediakan oleh Allah SWT untuk dirinya. Maka beliau merasa senang akan hal tersebut (Masykar, 2018).

Mengenai ayat diatas dalam tafsir Al Jalalain disebutkan bahwa (dan nanti Tuhanmu pasti akan memberikannya kepadamu) nanti dalam bentuk karunia yang melimpah (setelah itu kamu menjadi puas) dengan hadiah yang dianugerahkan. Maka rasulullah SAW bersabda sebagai berikut: “*lalu bagaimana aku bisa puas, sedangkan salah satu umatku masih di neraka*”. *Sejauh ini jawaban Qasam selesai, setelah dua tugas yang dinisbatkan sesudah dua kalimat dinafikan* (al-Jalalain: 93).

Relasi antara ayat 5 surah Ad-Dhuha dengan kepuasa pelanggan Itejek Bumiayu merupakan Itejek sudah memberikan kualitas pelayanan yang baik sehingga pelanggan merasa puas dengan pelayanannya seperti respons administrator yang cepat saat dihubungi, metode pembayaran yang bermacam-macam dengan memanfaatkan dompet digital, layanan yang ditawarkan banyak, serta kesopanan dan keramahan yang diterapkan bahkan ditekanankan secara tegas dalam melayani sehingga pelanggan merasa diperhatikan atau dihargai yang sering kali hal tersebut diabaikan dalam pelayanan suatu perusahaan barang atau jasa.

Sedangkan menurut ekonomi Islam konsumen dalam memilih suatu jasa atau barang adalah yang memberi *mashlahah*. Berdasarkan hasil data penelitian ini yang dimaksud kepuasan pelanggan merupakan dengan pelayanan yang diberikan oleh Itejek Bumiayu. Dari analisis tersebut suatu pengertian bahwa kepuasan pelanggan menurut islam sangat berkaitan erat dengan kebutuhan, keinginan, *mashlahah*, tanggung jawab, keyakinan dan kehalalan yang Itejek berikan kepada pelanggan.

Berdasarkan hasil data kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan secara umum sudah baik, sehingga pelanggan merasa adanya kepuasan terhadap pelayanan yang diberikan dalam jasa transportasi *online* yaitu Itejek Bumiayu berdasarkan kerja sama administrator dan *driver*. Setiap perusahaan jasa transportasi *online* pasti memiliki visi dan misi termasuk di

dalamnya mengenai tingkat kepuasan terhadap pelayanan bagi kemajuan dan perkembangan perusahaan. Selain untuk pertumbuhan dan perkembangan perusahaan sekaligus meningkatkan keunggulan persaingan antar pasar. Dengan adanya tingkat perusahaan yang baik memungkinkan para pelanggan atau konsumen akan kembali menggunakan jasa pelayanan dikemudian hari serta mempromosikannya kepada khalayak umum. Jadi kepuasan konsumen atau pelanggan terhadap pelayanan termasuk jasa Itejek merupakan faktor penting bagi pelanggan atau konsumen dalam melakukan penggunaan kembali jasa pelayanan Itejek dan merupakan aloksi terbesar bagi pertumbuhan dan perkembangan perusahaan.

Jika dilihat dari pada kepuasan pelanggan Itejek Bumiayu sudah menerapkan prinsip pelayanan jasa yang jujur, bertanggung jawab dan menerapkan sikap ramah kepada konsumen dengan mematuhi hukum-hukum Islam dengan senantiasa selalu menetapkan kebesaran Allah SWT atas segalanya, membuat Itejek Bumiayu memang pantas untuk masyarakat Bumiayu dan sekitarnya tanpa mengkhawatirkan akan pelayanan yang diberikan, hal ini menciptakan *value* bertambah, lain daripada itu proses promosi pemasarannya yang jujur dengan pelayanan yang optimal memberi *value* tambahan untuk perusahaan. Sehingga tidak salah jika Itejek mempunyai pelanggan yang semakin banyak dari tahun ke tahun karena yang dilakukan Itejek sudah menunaikan karakter dan paradigma-paradigma Islam dalam menjalankan usahanya.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Dalam memberikan kepuasan pelanggan terhadap pelayanan Itejek Bumiayu menerapkan tujuh dimensi kualitas pelayanan, yaitu *Reliability* (kehandalan), *Responsiveness* (tanggap), *Assurance* (jaminan), *Kompetensi*, *Credibility* (kepercayaan), dan *Empaty* (perhatian) dengan baik, sehingga pelanggan merasa adanya kepuasan pelayanan yang diberikan dalam jasa Itejek Bumiayu berdasarkan kerjasama antara administrator dan driver. Berdasarkan aspek kepuasan pelanggan terhadap pelayanan Itejek Bumiayu telah melalui karakter dan paradigma Islam dalam menjalankan usahanya. Dari analisis tersebut mengandung pengertian bahwa kepuasan pelanggan berkaitan erat dengan kebutuhan, keinginan, *mashlahah*, kejujuran dan kehalalan pelayanan yang ditawarkan Itejek Bumiayu.

#### **B. Keterbatasan Penelitian**

Berdasarkan pada pengalaman langsung penelitian dalam proses penelitian ini, ada beberapa keterbatasan yang dialami dan dapat menjadi faktor untuk lebih diperhatikan bagi peneliti-peneliti lain yang datang dalam menyempurnakan penelitiannya karena penelitian ini sendiri tentu memiliki kekurangan yang perlu terus diperbaiki dalam penelitian-penelitian kedepannya. Beberapa keterbatasan dalam penelitian tersebut, antara lain:

1. Penelitian ini berinteraksi dengan fakta yang diteliti sehingga tidak menutup kemungkinan dalam memberikan analisis data yang bersifat subjektif yang dilator belakang pola pikir peneliti sendiri.
2. Objek penelitian yang belum sepenuhnya tergali, tentu masih kurang menggambarkan keadaan yang sesungguhnya.

3. Kurang luasnya sampel penelitian sehingga memungkinkan adanya data yang belum sepenuhnya diambil dalam lingkungan penelitian tersebut.

### C. Saran

Berdasarkan hasil dan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka diajukan saran-saran sebagai pelengkap terhadap hasil penelitian yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Ojek *online* Itejek Bumiayu dan kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pelayanan pelanggan. Kedua faktor ini harus menjadi perhatian manajemen Itejek Bumiayu untuk memperhatikan pelanggan. Dari hasil pengamatan peneliti kualitas pelayanan harus ditingkatkan dengan meningkatkan pelayanan dan dijaga supaya pelanggan merasa diperhatikan serta tidak menjadi kecewa hingga merasa puas dan memperbiki aplikasi dengan menciptakan aplikasi khusus untuk Itejek Bumiayu.
2. Bagi manajerial, hendaknya ojek *online* Itejek Bumiayu mampu memperhatikan atau bahkan meningkatkan pelayanan perusahaan yang terbentuk untuk para konsumen. Misalkan mencari tahu tahapan-tahapan konsumen atau pelanggan Itejek Bumiayu, sehingga Itejek dapat meningkatkan kualitas pelayanan yang lebih bagus dan memenuhi harapan-harapan tersebut. perlu disadari juga bahwa memepertahankan pelanggan jauh lebih baik dan menguntungkan dibandingkan mencari konsumen baru yang dijadikan pelanggan, oleh karna itu Itejek Bumiayu perlu lebih memeperhatikan layanan terhadap pelanggannya.
3. Penelitian selanjutnya diharapkan lebih luas tidak hanya berpatok pada pelayanan, misalnya seperti keputusan pembelian dan citra perusahaan.
4. Untuk akademisi agar lebih terbuka dalam berpikir terutama dalam menghadapi permasalahan yang ada sehingga ilmunya dapat berkembang terutama dalam bidang ilmu pemasaran.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, Rindi. 2019. "Analisis Kepuasan Konsumen Muslim Terhadap Pelayanan Ojek *Online* (Grab)". Skripsi. FEBI, Ekonomi Syariah, IAIN Bengkulu, Bengkulu.
- Aisyah. 2021. Pelanggan Itejek Bumiayu. Wawancara Virtual *WhatsApp*. 10 Februari 2021, Pukul 08.00 WIB
- Al- Mahalli, Jalaluddin. Tafsir Jalalain Lengkap Offline. Di akses pada 25 Juni 2022.
- Algifari. (2016). Mengukur Kualitas Layanan dengan Indeks Kepuasan, Metode Importance-Performance Analysis (IPA), dan Metode Kuno. BPFYOGYAKARTA
- Ambara, Mei Yogi. 2021. Owner Itejek Bumiayu. Wawancara Pribadi. 27 Januari 2021, Pukul 13.00 WIB
- Aminudin Aziz, Fathul. 2012. "Manajemen dalam Prespektif Islam". Majenang: Pustaka El- bayan.
- Arikunto, Suharsini. 2010. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik Edisi Revisi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Aryatama, Harlis. 2016. "Fenomena Pelayanan Ojek Online Terhadap Tradisi Budaya OPang (Ojek Pangkalan)". Makalah. Program Sarjana Teknik Industri. Universitas Gunadarma.
- Aspiani, 2018. "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pengguna Jasa Grab Online Di Kota Makassar" Tesis. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Makasar.
- Atika. 2021. Pelanggan Itejek Bumiayu. Wawancara Virtual *WhatsApp*. 6 Februari 2021, Pukul 17.00 WIB
- Bizri, KH. Musthofa. 1967. *Kitab Tafsir Ibriz*. Rembang.
- Dini. 2021. Pelanggan Itejek Bumiayu. Wawancara Virtual *WhatsApp*. 9 Februari 2021, Pukul 08.00 WIB

- Djafri, Novianty. 2018. “Manajemen Pelayanan (Berbasis Revolusi Mental)”. Gorontalo: Ideas Publishing
- Fadel. 2021. Pelanggan Itejek Bumiayu. Wawancara Virtual *WhatsApp*. 12 Februari 2021, Pukul 14.00 WIB
- Fadiya. 2021. Pelanggan Itejek Bumiayu. Wawancara Virtual *WhatsApp*. 6 Februari 2021, Pukul 16.30 WIB
- Fandy Tjiptono, et. Al., Pemasaran Stratejik (Yogyakarta: Andi, 2008), h.37
- Fandy Tjitono & Anastasia Diana, Total Quality Management, Yogyakarta: Andi, 2001
- Febriyani. 2021. Pelanggan Itejek Bumiayu. Wawancara Virtual *WhatsApp*. 9 Februari 2021, Pukul 09.00 WIB
- Hamid, Fortuna Zain. Ernita S dan Mercy KN. 2016. “Pengaruh Pelayanan Jasa Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Jasa Ojek Online Gojek ( Studi Kasus Di Politeknik Negeri Jakarta Jurusan Administrasi Bisnis)”. Epigram. Vol. 13 No. 1
- Septia, Ika. 2021. Pelanggan Itejek Bumiayu. Wawancara Virtual *WhatsApp*. 12 Februari 2021, Pukul 11.00 WIB
- Indra Nizar, Nofe. 2019. “Analisis Tingkat Keputusan Pelanggan Terhadap Model Bisnis Platfrom Ojek Online”. J. Mandiri. Vol. 3 No. 1
- Intan, Laksmi, 2020. “Aspek Hukum Kegiatan usaha Transportasi Berbasis Aplikasi *Online*”. Tesis. Fakultas Hukum. Ilmu Hukum. Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
- Irawan, Manajemen Pemasaran, (Yogyakarta:Graha Ilmu 2014), h.4
- Jarot B, Dimas. (2020, November 11). “ Grab dan Gojek, Layana Transportasi Online Paling Populer Di Masyarakat”.  
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/11/grab-dan-gojek-layanan-transportasi-online-paling-sering-digunakan-masyarakat> diakses pada 15 Agustus 2021

Kasdi, adburrohman. 2013. Tafsir Ayat Konsumsi dan Implikasinya Terhadap Pengembangan Ekonomi Islam, STAIN Kudus. EQUILIBRUM. Vol. 1, No. 1

Kolter dan Kellen. 2013. Manajemen Pemasaran. Jilid Kedua., Jakarta: Erlangga.

Kotler dan Keller. 2003. Manajemen Pemasaran. Edisi 12, Cetakan III, alih Bahasa oleh Benyamin Molan.

Kotler dan Keller. 2014. "Manajemen Pemasaran". Yogyakarta: Graha Ilmu.

Lapian, Joyce. 2018. " Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Gojek Online Pada Mahasiswa FEB UNASTRA Manado".

Meidasari, Cisca. 2016. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Gojek (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Mercu Buana Meruya Fakultas Ekonomi Dan Bisnis)" Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Manajemen, Universitas Mercu Buana Jakarta, Jakarta.

Mia. 2021. Pelanggan Itejek Bumiayu. Wawancara Virtual *WhatsApp*. 11 Februari 2021, Pukul 15.30 WIB

Mitsna. 2021. Pelanggan Itejek Bumiayu. Wawancara Virtual *WhatsApp*. 12 Februari Pukul 11.20 WIB

Muhammad Adam, Manajemen Pemasaran Jasa Bandung: Alfabeta, 2015 h. 16

Mutiara, Sri. 2021. Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Harga dan Cita Rasa Terhadap Kepuasa konsumen. Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah, Vol. 4 No. 1

Nana. 2021. Pelanggan Itejek Bumiayu. Wawancara Virtual *WhatsApp*. 10 Februari 2021, Pukul 10.00 WIB

Nanik. 2021. Pelanggan Itejek Bumiayu. Wawancara Virtual *WhatsApp*. 12 Februari 2021, Pukul 09.30 WIB

Octavia, Yeti. 2020. " Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Kurir *Grab* Terhadap Pelanggan Pada Karyawan Puskesmas Basuki Rahmad Koata Bengkulu". Skripsi. FEBI. Ekonomi Syariah, IAIN Bengkulu, Bengkulu.

Oka A. Yoeti, *Customer Service Cara Memuaskan Pelanggan*, Jakarta: Pradaya Paramita, 2005.

Panggih. 2021. Pelanggan Itejek Bumiayu. Wawancara Virtual *WhatsApp*. 10 Februari 2021, Pukul 09.30 WIB

Pasharibu, Yusepaldo, 2018. Price, Service Quality and Trust On Online Transportation Towards Customer Satisfaction. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 21 No. 2

Phillip Kotler, Dkk, *Manajemen Pemasaran Presertif Asia Buku 2*, Yogyakarta: Andi, 2000.

Puji. 2021. Pelanggan Itejek Bumiayu. Wawancara Virtual *WhatsApp*. 10 Februari 2021, Pukul 13.00 WIB

Purhantara, Wahyu. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Purwo, Minto. dkk, 2000. *Pelajaran Ekonomi*. Jakarta: Yudistira.  
Rachmadi, Muhammad., Muslim. 2015. *Manajemen Pelayanan Publik dalam Perspektif Islam (Studi di Rumah Sakit Ibnu Sina Pekanbaru)*. dalam *JURIS*, Vol. 14, No. 4

Ratminto dan S. Winarsih, Atik. 2005. "Manajemen Pelayanan". Jakarta. STIA Press. h. 2

Reny. 2021. Pelanggan Owner Itejek Bumiayu. Wawancara Pribadi. 7 Februari 2021, Pukul 10.00 WIB

Rini. 2019. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Tingkat Kepuasan Pengguna Jasa Pelayanan Driver Grab (Studi Kasus IAIN Metro)". Skripsi. Ekonomo Syariah. *Ekonomi dan Bisnis Islam*. IAIN Metro

Risma. 2021. Pelanggan Itejek Bumiayu. Wawancara Virtual *WhatsApp*. 9 Februari 2021, Pukul 09.40 WIB

Rodiah Nur, Efa. Riba dan gharar: suatu tinjauan hukum dan etika dalam transaksi bisnis modern. *UNDIP. AL- 'ADALAH*. Vol. XII, No. 3

- Rosana. 2021. Pelanggan Itejek Bumiayu. Wawancara Virtual *WhatsApp*. 12 Februari 2021, Pukul 10.00 WIB
- Sabran, Ahmad. (2017, Mei 12) “Ini Hasil Lengkap Survei Transportasi Online YLKI, 41 Persen Pengguna Pernah Dikecewakan”. <https://wartakota.tribunnews.com/2017/05/12/ini-hasil-lengkap-survei-transportasi-online-ylki-41-persen-pengguna-pernah-dikecewakan> diakses pada 6 September 2021
- Saputra, Sawir, Yovan, dan Shinta Wahyu Hati. 2017. Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Layanan Ojek (Wajak) Di Kota Batam. *Applied Business Administration*, Vol. 1, No. 1
- Septi. 2021. Pelanggan Itejek Bumiayu. Wawancara Virtual *WhatsApp*. 9 Februari 2021. Pukul 14.00 WIB
- Setyowati, Desy. (2018, Desember 31). “Gojek dan Grab Punya 6 Bulan untuk Penuhi Standar Baru Taksi Online”. <https://katadata.co.id/pingitaria/digital/5e9a55783ca2a/gojek-dan-grab-punya-6-bulan-untuk-penuhi-standar-baru-taksi-online> diakses pada 28 Januari 2022.
- Silva. 2021. Pelanggan Itejek Bumiayu. Wawancara Virtual *WhatsApp*. 10 Februari 2021, Pukul 10.45 WIB
- Sofia. 2021. Pelanggan Itejek Bumiayu. Wawancara Virtual *WhatsApp*. 10 Februari 2021, Pukul 10.00 WIB
- Sugiyono, 2017. “Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D” Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2012. Metode penelitian kuantitatif. Kualitatif, dan R&D. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. Metode penelitian kuantitatif. Kualitatif, dan R&D. Bandung: CV. Alfabeta.
- Suharti, Fisit. 2014. “Analisis Kesesuaian Antara Harapan dan Kinerja Layanan Kualitas Pelayanan Hotel Akbar Syariah Banyumas Jawa Tengah”. Skripsi. Ekonomi Syariah, STAIN Purwokerto. Banyumas
- Sula, Syakir M., Kartajaya, Hermawan. 2006. Syariah Marketing, Bandung: Mizan

- Suwarsito, Sabeli Aliya. 2020. Kualitas Layanan dan Kepuasan Serta Pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan. *JIBM*, Vol. 3 No. 1
- Tedi. 2021. Pelanggan Itejek Bumiayu. Wawancara Virtual *WhatsApp*. 11 Februari 2021, Pukul 11.00 WIB
- Tunanda, Martin, 2019 Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Restoran Cepat Saji Di KFC Alam Sutera Tangerang”. Tesis. Magister manajemen, Mercu Buana, Tangerang.
- Umar, Husein. 2015. “Study Kelayakan Bisnis”. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Vidia. 2021. Pelanggan Itejek Bumiayu. Wawancara Virtual *WhatsApp*. 11 Februari 2021, Pukul 15.00 WIB
- Vita. 2021. Pelanggan Itejek Bumiayu. Wawancara Virtual *WhatsApp*. 11 Februari 2021, Pukul 15.30 WIB
- Wahyuni, Endah. 2015. “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kerpuasan Konsumen Gojek Studi Kasus Mahasiswa Administasi Niaga”
- Wijaya, Rizky. 2018. “*Pengaruh Kualitas Layanan, Harga Dan Citra Merk Terhadap Loyalitas Pelanggan*”. Skripsi. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Yunia, Ika. dkk, 2013. Prinsip Dasar Ekonomi Islam Prespektif Maqashabid al-Syariah. Sidoarjo: Prenadamedia Group.
- atika
- Zeithaml dan Britner. 2015. “Manajemen Pemasaran”. Yogyakarta: Graha Ilmu.

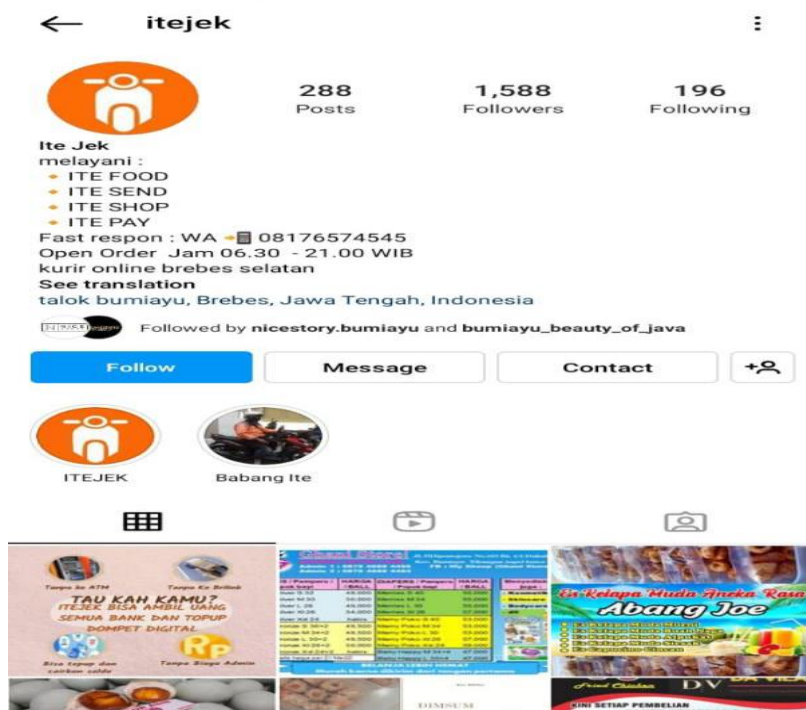


## LAMPIRAN- LAMPIRAN

### Lampiran 1 Dokumentasi dan Foto



Dokumentasi *Owner*, *Admin* dan *Driver* Itejek



Profil Itejek Bumiayu di *Instagram*

Barcode scanner Qris salah satu sistem pemabayaran *e-money*



Ite Jek

Tinggal di Bumiayu, Jawa Tengah, Indonesia  
Dari Bumiayu, Jawa Tengah, Indonesia  
ITE FOOD - ITE SHOP - ITE SEND  
ITE PAY

Open mulai 06:30 - 21:00 WIB  
Order Via WA 0817 657 4545

Pesan Ikuti Lainnya  
Tentang · Teman · Foto · Suka

**Ite Jek**  
mau ambil uang?  
mau cairin uang?  
ada uang kes mau transfer tapi g punya ATM?  
top up shopeepay, dana, ovo, gopay dll  
tanpa biaya admin  
tanpa ke atm  
ITEJEKin aja  
ITEJEK makin memudahkan  
#Itejeksiapmelayanianda  
#5thn



7 Juni pukul 18.15 · Facebook Lite · Publik  
19 · Suka · Tanggapi · Komentari · Bagikan · Berita Lengkap ·  
Simpan · Minta dukungan atau laporkan postingan

Profil Itejek Bumiayu di *Facebook*

**ITE JEK**

Kami Siap Melayani Anda

**Rpa itu ITE JEK**

adalah Jasa pesan antar makanan dan barang, cepat juga murah dengan pelayanan terbaik untuk wilayah brebes selatan (kec. Bumiayu, Kec.Tonjong, Kec.Sirampog Kec.Paguyangan dan Kec.Bantarkawung) layanan kami meliputi :

|   |   |   |  |   |
|---|---|---|--|---|
|  |  |  |  |  |
| <b>FOOD</b>   | <b>SHOP</b>   | <b>SEND</b>   | <b>PAY</b>   | <b>BOX</b>  |
| Pesan Antar Makanan   | Beli Antar Belanja Minimarket atau Apotik   | Ambil Antar Barang  | Bayar PAM, BPJS Listrik, Beli Tiket BUS KERETA                                     | Ambil Antar Barang Berat atau Pindahan  |

**Tarif ITE JEK**  
**Dalam Kota Rp. 5000**  
**Perkm Rp.2000**

**Ingin Jadi Driver ITE JEK**  
 1. Fotocopy SIM, STNK, KTP  
 2. Foto 4x6 1 Lembar  
 kirim ke kantor kami di google maps ITE JEK

Order melalui WHATSAPP  
 **08176574545**

Follow Us  
 Ite Jek  
 Ite Jek

Layanan jasa yang ditawarkan Itejek



Poto *driver* Itejek mengantarkan barang pesanan pelanggan

## Lampiran 2 Pedoman Wawancara

### PEDOMAN WAWANCARA

1. Apakah driver Itejek dapat menjaga keselamatan dan keamanan pelanggan?  
Jawab:
2. Apakah driver Itejek mengenakan atribut kendaraan sesuai standar kepolisian?  
Jawab:
3. Apakah prosedur pelayanan cukup mudah dan jelasserta tidak berbeli belit?  
Jawab:
4. Apakah admin merespon dengan cepat ketika melayani pelanggan?  
Jawab:
5. Apakah driver Itejek menjemput dan mengantar pesanan pelanggan dengan tepat waktu?  
Jawab:
6. Bagaimana keramah tamahan karyawan ketika melayani pelanggan  
Jawab:
7. Layanan apa yang anda sukai dari Itejek?  
Jawab:
8. Seberapa sering anda menggunakan jasa Itejek dalam 1 bulan?  
Jawab:
9. Apakah tarif Itejek terjangkau dan sesuai dengan layanan yang diberikan?  
Jawab:
10. Pada skala 1-10, seberapa puaskah anda dengan pembelian Anda?  
Jawab:
11. Pada skala 1-10, seberapa besar kemungkinan anda untuk merekomendasikan layanan Itejek kepada teman atau anggota keluarga?  
Jawab:
12. Mengapa anda memilih layanan Itejek dari pada ojek online yang lain?  
Jawab:

13. Dibanding dengan ojek online yang lain, apakah itejek lebih baik, lebih buruk atau sama?

Jawab:

14. Bagaimana Itejek dapat meningkatkan layanan untuk anda?

Jawab:

15. Apakah ada kejadian yang paling berkesan selama menggunakan layanan Itejek?

Jawab:

16. Pernahkah ada kesalahan dalam mengantarkan barang, atau barang tidak sampai selama menggunakan layanan Itejek?

Jawab:



### Lampiran 3 Transkrip Wawancara Pelanggan Itejek

#### IDENTITAS RESPONDEN

Nama : Mia Eliana  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Pekerjaan : Pelajar  
Tingkat Pendidikan : S1

#### Hasil Wawancara

Apakah driver Itejek dapat menjaga keselamatan dan keamanan pelanggan?

B: *Ya dapat menjaga keamanan dan keselamatan*

Apakah driver Itejek mengenakan atribut kendaraan sesuai standar kepolisian?

B: *Ya, pake helm jaket lengkap motornya juga memenuhi standar keamanan*

Apakah prosedur pelayanan cukup mudah dan jelas serta tidak berbeli-belit?

B: *Ya sangat mudah, cukup dengan WhatsApp*

Apakah admin merespon dengan cepat ketika melayani pelanggan?

B: *Ya, makannya saya suka pake itejek*

Apakah driver Itejek menjemput dan mengantarkan pesanan pelanggan dengan tepat waktu?

B: *Ya, biasanya tepat waktu.*

Bagaimana keramah-tamahan karyawan ketika melayani pelanggan?

B: *sangat ramah, alasan saya menjadi pelanggan setia Itejek*

Layanan apa yang anda sukai dari Itejek?

B: *pesan antar makanan dan belanja sembako.*

Seberapa sering anda menggunakan jasa Itejek dalam 1 bulan?

B: *4 kali kalo ga salah*

Apakah tarif Itejek terjangkau dan sesuai dengan layanan yang diberikan?

B: *tarifnya terjangkau*

Pada skala 1-10, seberapa puaskah anda dengan pembelian Anda?

B: 8, mendukung konsep ekonomi pasar dengan aplikasi yaitu WhatsApp

Pada skala 1-10, seberapa besar kemungkinan anda untuk merekomendasikan layanan Itejek kepada teman atau anggota keluarga?

B: 8, karna memudahkan saat berbelanja

Mengapa anda memilih layanan Itejek dari pada ojek online yang lain?

B: karna mudah dan cepat saat order

Dibanding dengan ojek online yang lain, apakah itejek lebih baik, lebih buruk atau sama?

B: sama saja, tapi itejek lebih gercep menurut saya

Bagaimana Itejek dapat meningkatkan layanan untuk anda?

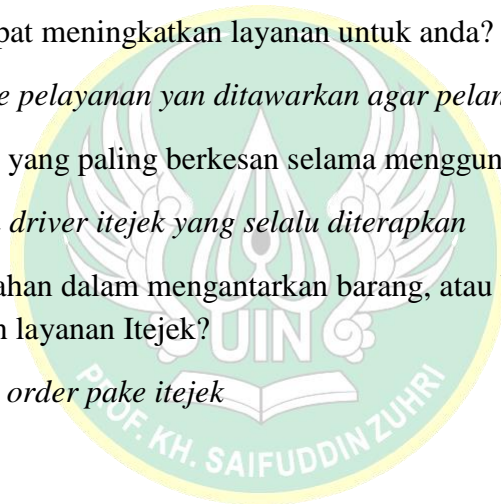
B: selalu mengupdate pelayanan yan ditawarkan agar pelanggan puas

Apakah ada kejadian yang paling berkesan selama menggunakan layanan Itejek?

B: keramah tamahan driver itejek yang selalu diterapkan

Pernahkah ada kesalahan dalam mengantarkan barang, atau barang tidak sampai selama menggunakan layanan Itejek?

B: tidak selama saya order pake itejek



## IDENTITAS RESPONDEN

Nama : Mitsna Oktaviani  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Pekerjaan : Swasta  
Tingkat Pendidikan : SMA

## Hasil Wawancara

Apakah driver Itejek dapat menjaga keselamatan dan keamanan pelanggan?

B: *ya driver itejek bisa menjaga keselamatan dan keamanan*

Apakah driver Itejek mengenakan atribut kendaraan sesuai standar kepolisian?

B: *ya driver itejek menggunakan atribut lengkap dan SNI*

Apakah prosedur pelayanan cukup mudah dan jelas serta tidak berbelit-belit?

B: *ya sangat mudah karena cukup pake WA*

Apakah admin merespon dengan cepat ketika melayani pelanggan?

B: *ya sudah, kalo menurut saya*

Apakah driver Itejek menjemput dan mengantarkan pesanan pelanggan dengan tepat waktu?

B: *ya, tepat waktu sesuai harapan. Tegantung tempat dan pelayanan penjual*

Bagaimana keramahan karyawan ketika melayani pelanggan?

B: *cukup baik ramah dan sopan*

Layanan apa yang anda sukai dari Itejek?

B: *ramah dan sopan saat pelayanan baik admin atau ojolnya*

Seberapa sering anda menggunakan jasa Itejek dalam 1 bulan?

B: *2 kali*

Apakah tarif Itejek terjangkau dan sesuai dengan layanan yang diberikan?

B: *ya*

Pada skala 1-10, seberapa puasah anda dengan pembelian Anda?



*B: 8, karena admin dapat merespon dengan lumayan cepat dan ramah*

Pada skala 1-10, seberapa besar kemungkinan anda untuk merekomendasikan layanan Itejek kepada teman atau anggota keluarga?

*B: 8, harga makanan sesuai dengan harga di restoran atau toko makanan yang dipesan*

Mengapa anda memilih layanan Itejek dari pada ojek online yang lain?

*B: ramah dan harga makana atau barang yang dipesan sesuai sesuai dengan harga toko*

Dibanding dengan ojek online yang lain, apakah itejek lebih baik, lebih buruk atau sama?

*B: sama*

Bagaimana Itejek dapat meningkatkan layanan untuk anda?

*B: biaya antar lebih diperhrenyn lagi*

Apakah ada kejadian yang paling berkesan selama menggunakan layanan Itejek?

*B: saat itu pesanan sudah sampai, saya sedang bekerja dan handphone saya tidak sedang tidak dipegang, bapak driver/ojol menunggu dengan sabar sekitar 20 menit*

Pernahkah ada kesalahan dalam mengantarkan barang, atau barang tidak sampai selama menggunakan layanan Itejek?

*B: belum pernah*

## IDENTITAS RESPONDEN

Nama : Nita  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Pekerjaan : Perangkat Desa  
Tingkat Pendidikan : S1

## Hasil Wawancara

Apakah driver Itejek dapat menjaga keselamatan dan keamanan pelanggan?

B: *ya driver itejek menjaga keselamatan dan keamanan kalo saya rasa*

Apakah driver Itejek mengenakan atribut kendaraan sesuai standar kepolisian?

B: *ya menggunakan sudah menggunakan helm, jaket dan atribut lainnya*

Apakah prosedur pelayanan cukup mudah dan jelas serta tidak berbelit-belit?

B: *ya jelas, mudah dan cukup pake WA saja langsung bisa order*

Apakah admin merespon dengan cepat ketika melayani pelanggan?

B: *ya admin merespon cepat apa lagi kalo jam-jam senggang, bukan jam makan siang atau yang lain*

Apakah driver Itejek menjemput dan mengantarkan pesanan pelanggan dengan tepat waktu?

B: *ya cepat si kalo menurut saya, ga nunggu lama-lama amat*

Bagaimana keramahan karyawan ketika melayani pelanggan?

B: *sangat ramah, detail mengulang kembali orderan.*

Layanan apa yang anda sukai dari Itejek?

B: *itefood, jajan jajan yang suka antri apalagi. Mending pake itejek aja*

A: Seberapa sering anda menggunakan jasa Itejek dalam 1 bulan?

B: *4 kali*

A: Apakah tarif Itejek terjangkau dan sesuai dengan layanan yang diberikan?

B: *ya*

Pada skala 1-10, seberapa puaskah anda dengan pembelian Anda?

*B: 9,5 karena sangat ramah dan jarang melakukan kesalahan saat pembelian kalo selama saya order*

Pada skala 1-10, seberapa besar kemungkinan anda untuk merekomendasikan layanan Itejek kepada teman atau anggota keluarga?

*B: 10, karna layak untuk dipromosikan itejek ga pernah ngecewain juga*

Mengapa anda memilih layanan Itejek dari pada ojek online yang lain?

*B: selalu gercep atau gerak cepat saat pelayanan*

Dibanding dengan ojek online yang lain, apakah itejek lebih baik, lebih buruk atau sama?

*B: lebih baik saat order makanan dan gercep.*

Bagaimana Itejek dapat meningkatkan layanan untuk anda?

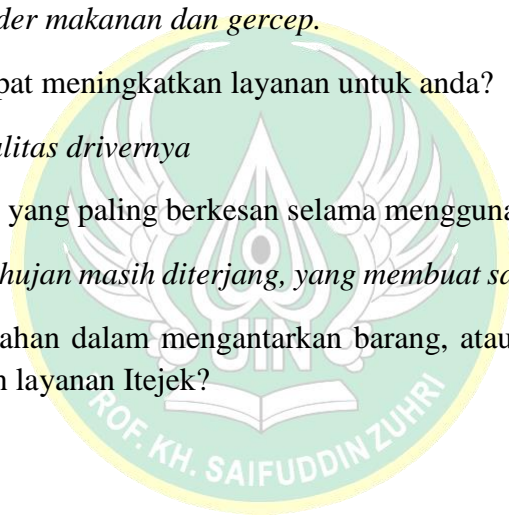
*B: meningkatkan kualitas drivernya*

Apakah ada kejadian yang paling berkesan selama menggunakan layanan Itejek?

*B: walaupun sedang hujan masih diterjang, yang membuat saya setia dengan itejek*

Pernahkah ada kesalahan dalam mengantarkan barang, atau barang tidak sampai selama menggunakan layanan Itejek?

*B: tidak pernah*



## IDENTITAS RESPONDEN

Nama : Nanik Felia  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Pekerjaan : Swasta  
Tingkat Pendidikan : SMA

## Hasil Wawancara

Apakah driver Itejek dapat menjaga keselamatan dan keamanan pelanggan?

B: *Ya sudah*

Apakah driver Itejek mengenakan atribut kendaraan sesuai standar kepolisian?

B: *ya, udah kok pake atribut lengkap*

Apakah prosedur pelayanan cukup mudah dan jelasserta tidak berbeli belit?

B: *ya, ga ribet dan udah jelas karna adminnya juga detail*

Apakah admin merespon dengan cepat ketika melayani pelanggan?

B: *ya udah kurang dari 5 menit udah direspon sama admin biasanya kalo lagi ga sibuk. Tapi seringnya cepet*

Apakah driver Itejek menjemput dan mengantarkan pesanan pelanggan dengan tepat waktu?

B: *ya, tepat sesuai pesanan. Kalo ada kesalahan juga langsung ditangani sama itejeknya dan minta maaf*

Bagaimana keramah tamahan karyawan ketika melayani pelanggan?

B: *sangat baik menurut saya pribadi*

Layanan apa yang anda sukai dari Itejek?

B: *dalam merespon dan pelayani cepat, apalagi respon adminnya*

Seberapa sering anda menggunakan jasa Itejek dalam 1 bulan?

B: *4-5 kali*

Apakah tarif Itejek terjangkau dan sesuai dengan layanan yang diberikan?

B: *ya, relatif si menurut saya dengan tarif segitu*

Pada skala 1-10, seberapa puaskah anda dengan pembelian Anda?

B: *10, karena sudah sesuai dengan yang saya inginkan sebagai pelanggan*

Pada skala 1-10, seberapa besar kemungkinan anda untuk merekomendasikan layanan Itejek kepada teman atau anggota keluarga?

B: *10, karena mudah dalam pemesanan dan cepat dalam merespon*

Mengapa anda memilih layanan Itejek dari pada ojek online yang lain?

B: *karna drivernya banyak, jadi tidak mengantri*

Dibanding dengan ojek online yang lain, apakah itejek lebih baik, lebih buruk atau sama?

B: *lebih baik dalam pelayanan dan respon*

Bagaimana Itejek dapat meningkatkan layanan untuk anda?

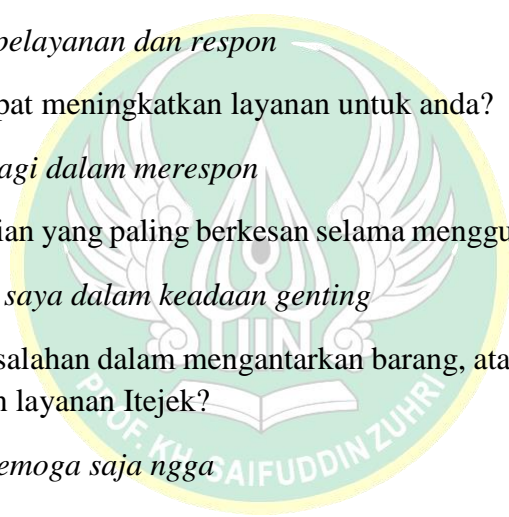
B: *lebih difokuskan lagi dalam merespon*

A: Apakah ada kejadian yang paling berkesan selama menggunakan layanan Itejek?

B: *sangat membantu saya dalam keadaan genting*

A: Pernahkah ada kesalahan dalam mengantarkan barang, atau barang tidak sampai selama menggunakan layanan Itejek?

B: *sejauh ini tidak, semoga saja ngga*



## **IDENTITAS RESPONDEN**

Nama : Fadel  
Jenis Kelamin : Pria  
Pekerjaan : Swasta  
Tingkat Pendidikan : SMA

## **Hasil Wawancara**

Apakah driver Itejek dapat menjaga keselamatan dan keamanan pelanggan?

B: *Ya sudah*

Apakah driver Itejek mengenakan atribut kendaraan sesuai standar kepolisian?

B: *ya sudah*

Apakah prosedur pelayanan cukup mudah dan jelas serta tidak berbeli belit?

B: *ya sudah*

Apakah admin merespon dengan cepat ketika melayani pelanggan?

B: *ya admin merespon dengan cepat*

Apakah driver Itejek menjemput dan mengantarkan pesanan pelanggan dengan tepat waktu?

B: *ya sudah*

Bagaimana keramah tamahan karyawan ketika melayani pelanggan?

B: *menurut saya sudah oke dalam keramahan*

Layanan apa yang anda sukai dari Itejek?

B: *pesan antar makanan*

Seberapa sering anda menggunakan jasa Itejek dalam 1 bulan?

B: *hampir setiap hari menggunakan itejek*

Apakah tarif Itejek terjangkau dan sesuai dengan layanan yang diberikan?

B: *ya sudah relatif cukup murah*

Pada skala 1-10, seberapa puaskah anda dengan pembelian Anda?

B: *8, karena ojolnya ramah dan respon admin yang cepat*

Pada skala 1-10, seberapa besar kemungkinan anda untuk merekomendasikan layanan Itejek kepada teman atau anggota keluarga?

B: *8, karena pelayanannya yang tidak abal-abal*

Mengapa anda memilih layanan Itejek dari pada ojek online yang lain?

B: *mudah dalam memesan*

Dibanding dengan ojek online yang lain, apakah itejek lebih baik, lebih buruk atau sama?

B: *sudah cukup baik disbanding yang lain*

Bagaimana Itejek dapat meningkatkan layanan untuk anda?

B: *kualitas drivernya diperhatikan lagi udah sih gitu aja*

Apakah ada kejadian yang paling berkesan selama menggunakan layanan Itejek?

B: *belum ada selama saya order beberapa kali juga*

Pernahkah ada kesalahan dalam mengantarkan barang, atau barang tidak sampai selama menggunakan layanan Itejek?

B: *Alhamdulillah tidak pernah*

## IDENTITAS RESPONDEN

Nama : Sofiatun Nisa  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Pekerjaan : Pria  
Tingkat Pendidikan : S1

## Hasil Wawancara

Apakah driver Itejek dapat menjaga keselamatan dan keamanan pelanggan?

B: *ya sudah*

Apakah driver Itejek mengenakan atribut kendaraan sesuai standar kepolisian?

B: *ya sudah cukup aman kalo menurut saya*

Apakah prosedur pelayanan cukup mudah dan jelas serta tidak berbeli-belit?

B: *ya mudah sekali cuma pake WA*

Apakah admin merespon dengan cepat ketika melayani pelanggan?

B: *ya cepat sih lumayan*

Apakah driver Itejek menjemput dan mengantarkan pesanan pelanggan dengan tepat waktu?

B: *ya itejek terpercaya apa lagi gercep*

Bagaimana keramahan karyawan ketika melayani pelanggan?

B: *ya, pelayanannya cukup ramah*

Layanan apa yang anda sukai dari Itejek?

B: *delivery makanan, karena banyak pilihan. Ga Cuma satu pilihan tempat makannya*

Seberapa sering anda menggunakan jasa Itejek dalam 1 bulan?

B: *3-4 kali*

Apakah tarif Itejek terjangkau dan sesuai dengan layanan yang diberikan?

B: *ya*



Pada skala 1-10, seberapa puaskah anda dengan pembelian Anda?

B: 8, karena pelayanannya ramah dan cara memesannya mudah serta tarif murah

Pada skala 1-10, seberapa besar kemungkinan anda untuk merekomendasikan layanan Itejek kepada teman atau anggota keluarga?

B: 8, karena sudah sudah terpercaya dalam pelayanannya

Mengapa anda memilih layanan Itejek dari pada ojek online yang lain?

B: sebagai sarana mendukung pengembangan potensi daerah

Dibanding dengan ojek online yang lain, apakah itejek lebih baik, lebih buruk atau sama?

B: sebenarnya sama saja, tapi tergantung attitude dari drivernya

Bagaimana Itejek dapat meningkatkan layanan untuk anda?

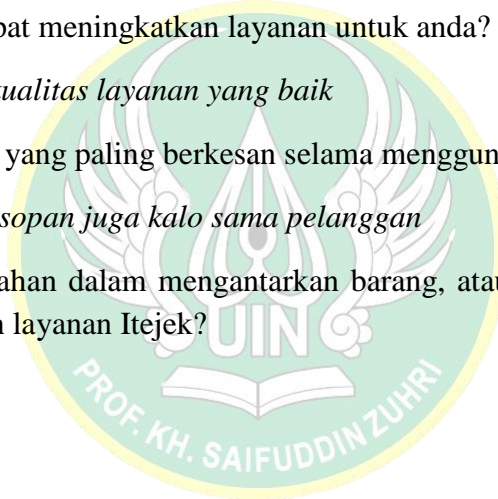
B: dengan menjaga kualitas layanan yang baik

Apakah ada kejadian yang paling berkesan selama menggunakan layanan Itejek?

B: drivernya ramah, sopan juga kalo sama pelanggan

Pernahkah ada kesalahan dalam mengantarkan barang, atau barang tidak sampai selama menggunakan layanan Itejek?

B: tidak pernah



## IDENTITAS RESPONDEN

Nama : Aisyah  
Jenis Kelamin : Wanita  
Pekerjaan : Guru  
Tingkat Pendidikan : S1

## Hasil Wawancara

Apakah driver Itejek dapat menjaga keselamatan dan keamanan pelanggan?

B: *ya udah*

Apakah driver Itejek mengenakan atribut kendaraan sesuai standar kepolisian?

B: *ya sudah sesuai*

Apakah prosedur pelayanan cukup mudah dan jelasserta tidak berbeli belit?

B: *ya*

A: Apakah admin merespon dengan cepat ketika melayani pelanggan?

B: *ya cepet kok, lumayan*

Apakah driver Itejek menjemput dan mengantarkan pesanan pelanggan dengan tepat waktu?

B: *ya*

A: Bagaimana keramah tamahan karyawan ketika melayani pelanggan?

B: *cukup baik*

A: Layanan apa yang anda sukai dari Itejek?

B: *pesan antar*

A: Seberapa sering anda menggunakan jasa Itejek dalam 1 bulan?

B: *3 kali*

Apakah tarif Itejek terjangkau dan sesuai dengan layanan yang diberikan?

B: *ya relatif murah*

Pada skala 1-10, seberapa puaskah anda dengan pembelian Anda? Jelaskan.

B: 8, karena pelayanannya cepat lama-lamanya 20 menit dari waktu pesannya

Pada skala 1-10, seberapa besar kemungkinan anda untuk merekomendasikan layanan Itejek kepada teman atau anggota keluarga? Jelaskan.

B: 7, karena sudah nyaman dengan itejek saya udah langganan lama juga sama itejek

Mengapa anda memilih layanan Itejek dari pada ojek online yang lain?

B: karena cepat dalam mengantarkan pesanan, adminnya juga pasti konfirmasi kalo dulu kalo apa-apa

Dibanding dengan ojek online yang lain, apakah itejek lebih baik, lebih buruk atau sama?

B: sama, sesuai standar ojol di Indonesia

Bagaimana Itejek dapat meningkatkan layanan untuk anda?

B: lebih berhati-hati dan teliti

A: Apakah ada kejadian yang paling berkesan selama menggunakan layanan Itejek?

B: belum ada

A: Pernahkah ada kesalahan dalam mengantarkan barang, atau barang tidak sampai selama menggunakan layanan Itejek?

B: pernah, namun langsung diatasi oleh pihak itejek

## IDENTITAS RESPONDEN

Nama : Puji Dianti  
Jenis Kelamin : Wanita  
Pekerjaan : Swasta  
Tingkat Pendidikan : S1

## Hasil Wawancara

Apakah driver Itejek dapat menjaga keselamatan dan keaman pelanggan?

B: *Ya sudah*

Apakah driver Itejek mengenakan atribut kendaraan sesuai standar kepolisian?

B: *ya sudah*

Apakah prosedur pelayanan cukup mudah dan jelas serta tidak berbeli belit?

B: *ya mudah sekali*

Apakah admin merespon dengan cepat ketika melayani pelanggan?

B: *ya ga ribet kok*

Apakah driver Itejek menjemput dan mengantarkan pesanan pelanggan dengan tepat waktu?

B: *ya cepet juga sih, ga lama-lama amat tergantung pesanan dan kondisi jalan*

Bagaimana keramah tamahan karyawan ketika melayani pelanggan?

B: *ya cukup baik dan suka menyapa*

Layanan apa yang anda sukai dari Itejek?

B: *cepat, mudah, tepat dan terjangkau tarifnya*

Seberapa sering anda menggunakan jasa Itejek dalam 1 bulan?

B: *3-5 kali*

Apakah tarif Itejek terjangkau dan sesuai dengan layanan yang diberikan?

B: *ya terjangkau menurut saya, disbanding saya harus keluar rumah apa lagi saat sibuk atau ada tamu, lebih baik pake itejek aja*

Pada skala 1-10, seberapa puaskah anda dengan pembelian Anda? Jelaskan.

B: 8, karna tawaran pelayanan yang menarik dan memberikan kemudahan dalam berbelanja

Pada skala 1-10, seberapa besar kemungkinan anda untuk merekomendasikan layanan Itejek kepada teman atau anggota keluarga? Jelaskan.

B: 8, karena itejek ojol terpercaya saya dan kerabat saya juga lebih praktis tinggal nunggu di rumah pesanan datang

Mengapa anda memilih layanan Itejek dari pada ojek online yang lain?

B: terpercaya dan tepat pada pesanan yang dipesan

Dibanding dengan ojek online yang lain, apakah itejek lebih baik, lebih buruk atau sama?

B: sama

Bagaimana Itejek dapat meningkatkan layanan untuk anda?

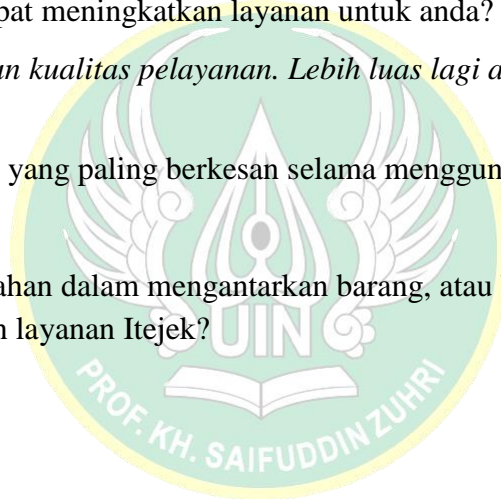
B: lebih meningkatkan kualitas pelayanan. Lebih luas lagi akses layanan yang tersedia.

Apakah ada kejadian yang paling berkesan selama menggunakan layanan Itejek?

B: belum ada

Pernahkah ada kesalahan dalam mengantarkan barang, atau barang tidak sampai selama menggunakan layanan Itejek?

B: tidak pernah



## IDENTITAS RESPONDEN

Nama : Panggih Sabara  
Jenis Kelamin : Pria  
Pekerjaan : lainnya  
Tingkat Pendidikan : SMA

## Hasil Wawancara

Apakah driver Itejek dapat menjaga keselamatan dan keamanan pelanggan?

B: *Ya sudah*

Apakah driver Itejek mengenakan atribut kendaraan sesuai standar kepolisian?

B: *ya sudah juga*

Apakah prosedur pelayanan cukup mudah dan jelas serta tidak berbeli belit?

B: *ya cukup mudah dan jelas banget*

Apakah admin merespon dengan cepat ketika melayani pelanggan?

B: *ya sudah*

Apakah driver Itejek menjemput dan mengantarkan pesanan pelanggan dengan tepat waktu?

B: *ya, kadang tergantung pesenannya apa, jumlahnya banyak apa ngga*

Bagaimana keramah tamahan karyawan ketika melayani pelanggan?

B: *ramah dan baik dalam pelayanan*

Layanan apa yang anda sukai dari Itejek?

B: *cepat dan tepat, apalagi kalo pesan makanan misal aluk atau kebutuhan sehari-hari*

Seberapa sering anda menggunakan jasa Itejek dalam 1 bulan?

B: *sering 5-6 kali*

Apakah tarif Itejek terjangkau dan sesuai dengan layanan yang diberikan?

B: *ya*

Pada skala 1-10, seberapa puaskah anda dengan pembelian Anda?

B: *10, karna pelayanan sudah sesuai dengan yang saya inginkan sehingga saya puas*

Pada skala 1-10, seberapa besar kemungkinan anda untuk merekomendasikan layanan Itejek kepada teman atau anggota keluarga?

B: *10, karena tidak pernah dikecewakan itejek*

Mengapa anda memilih layanan Itejek dari pada ojek online yang lain?

B: *cepat dan tepat dalam pelayanan*

Dibanding dengan ojek online yang lain, apakah itejek lebih baik, lebih buruk atau sama?

B: *lebih baik*

Bagaimana Itejek dapat meningkatkan layanan untuk anda?

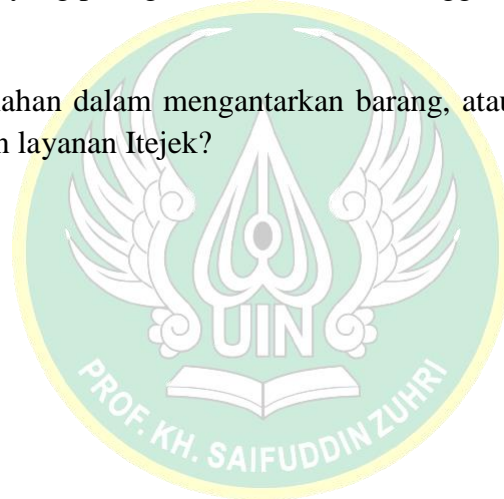
B: *sudah cukup baik*

Apakah ada kejadian yang paling berkesan selama menggunakan layanan Itejek?

B: *tidak ada*

Pernahkah ada kesalahan dalam mengantarkan barang, atau barang tidak sampai selama menggunakan layanan Itejek?

B: *tidak pernah*



## IDENTITAS RESPONDEN

Nama : Nana  
Jenis Kelamin : Wanita  
Pekerjaan : Pelajar  
Tingkat Pendidikan : S1

## Hasil Wawancara

Apakah driver Itejek dapat menjaga keselamatan dan keamanan pelanggan?

B: *Ya sudah*

Apakah driver Itejek mengenakan atribut kendaraan sesuai standar kepolisian?

B: *ya sudah*

Apakah prosedur pelayanan cukup mudah dan jelasserta tidak berbeli belit?

B: *ya sudah*

Apakah admin merespon dengan cepat ketika melayani pelanggan?

B: *ya cukup sih*

Apakah driver Itejek menjemput dan mengantar pesanan pelanggan dengan tepat waktu?

B: *ya*

Bagaimana keramah tamahan karyawan ketika melayani pelanggan?

B: *cukup ramah mesti tidak semuanya*

Layanan apa yang anda sukai dari Itejek?

B: *layanan food delivery*

Seberapa sering anda menggunakan jasa Itejek dalam 1 bulan?

B: *3-5 kali*

Apakah tarif Itejek terjangkau dan sesuai dengan layanan yang diberikan?

B: *ya*

Pada skala 1-10, seberapa puaskah anda dengan pembelian Anda?



B: 8, karena saya cukup puas dengan pelayanan itejek. Respon admin cepat, mayoritas driver ramah, metode pembayaran yang bermacam-macam dan layanan yang cukup banyak

Pada skala 1-10, seberapa besar kemungkinan anda untuk merekomendasikan layanan Itejek kepada teman atau anggota keluarga?

B: 6, karena teman-teman dan keluarga saya memang sudah menggunakan itejek sebelum saya, jadi tidak banyak yang bisa saya berikan rekomendasi

Mengapa anda memilih layanan Itejek dari pada ojek online yang lain?

B: saya sudah terbiasa dengan menggunakan itejek. Beberapa driver juga sudah hafal dengan rumah saya

Dibanding dengan ojek online yang lain, apakah itejek lebih baik, lebih buruk atau sama?

B: sama saja

Bagaimana Itejek dapat meningkatkan layanan untuk anda?

B: masa pandemi seperti ini semoga semua driver menggunakan masker saat mengantarkan barang/makanan

Apakah ada kejadian yang paling berkesan selama menggunakan layanan Itejek?

B: admin yang responsif dan terobosan dalam menyediakan berbagai metode pembayaran

Pernahkah ada kesalahan dalam mengantarkan barang, atau barang tidak sampai selama menggunakan layanan Itejek?

B: pernah. Salah alamat saat mengantarkan makanan ( salah alamatnya cukup jauh, sampai beda kelurahan)

## IDENTITAS RESPONDEN

Nama : Dini  
Jenis Kelamin : Wanita  
Pekerjaan : Swasta  
Tingkat Pendidikan : S1

### Hasil wawancara

Apakah driver Itejek dapat menjaga keselamatan dan keaman pelanggan?

B: *Ya*

Apakah driver Itejek mengenakan atribut kendaraan sesuai standar kepolisian?

B: *ya*

Apakah prosedur pelayanan cukup mudah dan jelasserta tidak berbeli belit?

B: *ya*

Apakah admin merespon dengan cepat ketika melayani pelanggan?

B: *ya*

Apakah driver Itejek menjemput dan mengantarkan pesanan pelanggan dengan tepat waktu?

B: *ya*

Bagaimana keramah tamahan karyawan ketika melayani pelanggan?

B: *cukup ramah*

Layanan apa yang anda sukai dari Itejek?

B: *order makanan, sangat gercep*

Seberapa sering anda menggunakan jasa Itejek dalam 1 bulan?

B: *5-6 kali*

Apakah tarif Itejek terjangkau dan sesuai dengan layanan yang diberikan?

B: *ya*

Pada skala 1-10, seberapa puaskah anda dengan pembelian Anda?

B: *8,5 karena respon admin yang cepat*

Pada skala 1-10, seberapa besar kemungkinan anda untuk merekomendasikan layanan Itejek kepada teman atau anggota keluarga?

B: *8,5 drivernya ramah dan pelayanan oke*

Mengapa anda memilih layanan Itejek dari pada ojek online yang lain?

B: *cepat dan tepat dalam pelayanan*

Dibanding dengan ojek online yang lain, apakah itejek lebih baik, lebih buruk atau sama?

B: *lebih baik*

Bagaimana Itejek dapat meningkatkan layanan untuk anda?

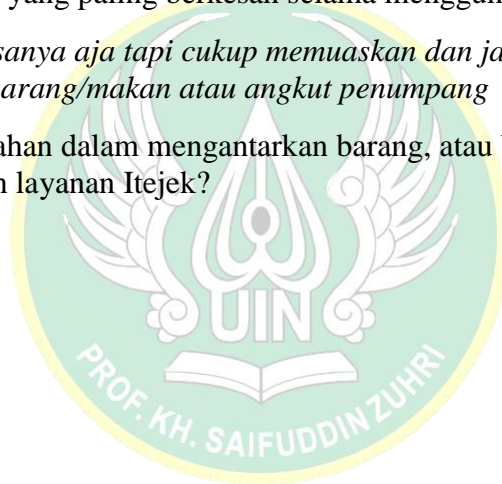
B: *sejauh ini dengan teknologi masih terbatas sudah cukup membantu diselesaikan juga dengan kemampuan masyarakat*

Apakah ada kejadian yang paling berkesan selama menggunakan layanan Itejek?

B: *ngga ada sih, biasanya aja tapi cukup memuaskan dan jadi andalan saat buru-buru, entah itu beli barang/makan atau angkut penumpang*

Pernahkah ada kesalahan dalam mengantarkan barang, atau barang tidak sampai selama menggunakan layanan Itejek?

B: *tidak pernah*



## IDENTITAS RESPONDEN

Nama : Silva Sakinah  
Jenis Kelamin : Wanita  
Pekerjaan : Pelajar  
Tingkat Pendidikan : SMA

## Hasil Wawancara

Apakah driver Itejek dapat menjaga keselamatan dan keamanan pelanggan?

B: *iya*

Apakah driver Itejek mengenakan atribut kendaraan sesuai standar kepolisian?

B: *iya sesuai, jadi itejek itu kalo nganter makanan sesuai standar kaya semisal menggunakan jaket khas itejek, terus mungkin ada pin di jaketnya itu loh yaa pake helm sesuai standar keselamatannya.*

Apakah prosedur pelayanan cukup mudah dan jelasserta tidak berbelit-belit?

B: *cukup jelas mba, soalnya missal kit amau pesen makanan terus dari situ udah kay akay data jadi kita tinggal langsung ngisi missal kita pesen berapa bungkus, atau pesen apa, itu tinggal ditulis aja. Kalo pake akun wa bisnis kan langsung ada datanya gitu ya mba*

Apakah admin merespon dengan cepat ketika melayani pelanggan?

B: *kalo soal itu jujur agak sedikit lama, mungkin karna ada pelanggan lain juga ya mba*

Apakah driver Itejek menjemput dan mengantarkan pesanan pelanggan dengan tepat waktu?

B: *kalo soal tepat waktunya mungkin menurut aku tu kaya kurang giitu soalnya kan terkendala missal di warungnya atau di tempat makan kan otomatis ngantri dulu. Terus kendala ujan juga otomatis lebih lama lag*

Bagaimana keramah tamahan karyawan ketika melayani pelanggan?

B: *menurut saya cukup ramah, mungkin kaya sopan santunnya terjaga kaya mba senyumnya ramahnya, kaya ga judes2 amat gitu mba*

Layanan apa yang anda sukai dari Itejek?

B: *ada mba, semisal yang nganternya masih mudah (ketawa) eh ngga ngga, kaya missal lebih muda kaya enak gitu kitanya bisa ya intinya enak gitu ga garing.*

Seberapa sering anda menggunakan jasa Itejek dalam 1 bulan?

B: *ga terlalu sering*

Apakah tarif Itejek terjangkau dan sesuai dengan layanan yang diberikan?

B: *menurut saya kaya kurang terjangkau sih soalnya misal kita beli deket terus ongkirnya tetap segitu*

Pada skala 1-10, seberapa puaskah anda dengan pembelian Anda?

B: *7, karena kita jadi lebih praktis ga usah kesana kemari*

Pada skala 1-10, seberapa besar kemungkinan anda untuk merekomendasikan layanan Itejek kepada teman atau anggota keluarga?

B: *8, karena kita ngambil enaknya aja yaa misal keadaan lagi ujan itu kan otomatis pilihan paling enak banget tuh. Dah pesen aja kita tinggal nunggu aja, teruskan misal kaya anak kost kan seperti saya udah ongkirnya iuran aja ga kerasa gitu jadi kitanya juga enak gitu tinggal nunggu makananya datang tanpa kita harus keluar tanpa kita harus siap-siap*

Mengapa anda memilih layanan Itejek dari pada ojek online yang lain?

B: *karna mungkin jangkauannya lebih luas ya kaya. Itejek itu udah lebih terkenal gitu, temennya itu mempromosikannya itu itejek gitu. Jadi kit ataunya itejek*

Dibanding dengan ojek online yang lain, apakah itejek lebih baik, lebih buruk atau sama?

B: *kalo menurut aku sama aja si mba*

Apakah pelayanan yang diberikan Itejek sesuai dengan keinginan anda?

B: *sesuai, tapi tergantung lama lama apa ngganya*

Bagaimana Itejek dapat meningkatkan layanan untuk anda?

B: *missal, admin yang bales chatnya itu mungkin lebih dipercepat lagi atau fast respond gitu lho mba, terus semisal kalo diproses pengantarannya itu jangan missal masih di warung tapi bilanginya otw itu kan lama ya mba, kaya penipuan ya ga si (ketawa) terus mungkin yang nganter makannya itu lebih sopan lagi lebih ramah lagi, jangan kay agaring banget.*

Apakah ada kejadian yang paling berkesan selama menggunakan layanan Itejek?

B: *ada mba kalo yang nganterinnnya itu cowo ganteng (ketawa) intinya kalo yang nganterinnnya itu ramah ga cuek, pernah si aku dapetin kaya bapak bapak, tapi bapak bapaknya itu sopan santunya bagus banget, terus ngajak becanda, jadi pelanggany aitu seneng wah itu bapaknya baik, jadi kan kit angasih ongkirnya juga kaya bisa dolebin lah udah seribu atau berapa gitu loh*

Pernahkah ada kesalahan dalam mengantarkan barang, atau barang tidak sampai selama menggunakan layanan Itejek?

B: *kalo barang ga sampe itu mungkin itu ngga pernah, tapi mungkin kalo barang missal dia gatau tempat belinya itu pernah. Ya mungkin itu karna kurang komunikasi aja gitu*

## IDENTITAS RESPONDEN

Nama : Atika Najma  
Jenis Kelamin : Wanita  
Pekerjaan : Pelajar  
Tingkat Pendidikan : SMA

## Hasil Wawancara

Apakah driver Itejek dapat menjaga keselamatan dan keamanan pelanggan?

B: *iya sangat menjaga mba*

Apakah driver Itejek mengenakan atribut kendaraan sesuai standar kepolisian?

B: *iya, pake rompinya, pake helm, terus motornya itu spionnya lengkap, ga neko neko motornya motornya aga dimodif modif macem-macem gitu*

Apakah prosedur pelayanan cukup mudah dan jelasserta tidak berbelit?

B: *iya mudah banget, cara pesanya cuma itu doing mba kita tu ngechat terus otomatis ada balesan dari sananya terus nanti dari operatornya dioperin ke drivernya nanti kita langsung pesen didrivernya langsung menggunakan aplikasi Whatsapp*

Apakah admin merespon dengan cepat ketika melayani pelanggan?

B: *iya cepet mba*

Apakah driver Itejek menjemput dan mengantarkan pesanan pelanggan dengan tepat waktu?

B: *iya tergantung, kadang lama tergantung pesesannya kalo banyak kadang lama. Kalo dikit ngga, biasanya cepet tergantung mesennya*

Bagaimana keramahan karyawan ketika melayani pelanggan?

B: *baik mba, ngga judes judes gitu ngga sombong sombong drivernya juga*

Layanan apa yang anda sukai dari Itejek?

B: *gampang, kalo pesen ngga ribet sama ongkirnya itu murah mba*

Seberapa sering anda menggunakan jasa Itejek dalam 1 bulan?

B: *jarang sih, kalo semisal ada temen-temen ke rumah main itu baru pesen pake itejek gitu.*

Apakah tarif Itejek terjangkau dan sesuai dengan layanan yang diberikan?

B: *iya terjangkau*

Pada skala 1-10, seberapa puaskah anda dengan pembelian Anda?

B: *10, mudah untuk diorder ga ribet*

Pada skala 1-10, seberapa besar kemungkinan anda untuk merekomendasikan layanan Itejek kepada teman atau anggota keluarga?

B: *10, biasa pake itejek soalnya. Ulah langganan lama sama keluarga dan temen-temen juga, jadi yyang belum pake itejek yuk pake itejek hehe*

Mengapa anda memilih layanan Itejek dari pada ojek online yang lain?

B: *karena dari orang orang juga, udah terkenal di masyarakat gampang juga cara pemesanannya murah juga terus pemesanannya cepat sama biayanya murah juga gitu mba*

Dibanding dengan ojek online yang lain, apakah itejek lebih baik, lebih buruk atau sama?

B: *lebih baik*

Apakah kinerja pelayanan Itejek yang diterima pelanggan sudah sangat baik?

B: *iya sudah sangat baik*

Apakah pelayanan yang diberikan Itejek sesuai dengan keinginan anda?

B: *iya sesuai mba*

Bagaimana Itejek dapat meningkatkan layanan untuk anda?

B: *lebih diperluas lagi jangkauannya*

Apakah ada kejadian yang paling berkesan selama menggunakan layanan Itejek?

B: *gada sih cuma itu doang*

Pernahkah ada kesalahan dalam mengantarkan barang, atau barang tidak sampai selama menggunakan layanan Itejek?

B: *ngga pernah*

## IDENTITAS RESPONDEN

Nama : Risma Rahmawati  
Jenis Kelamin : Wanita  
Pekerjaan : Pelajar  
Tingkat Pendidikan : SMA

## Hasil Wawancara

Apakah driver Itejek dapat menjaga keselamatan dan keamanan pelanggan?

B: *menurut saya iya*

Apakah driver Itejek mengenakan atribut kendaraan sesuai standar kepolisian?

B: *iya menggunakan atribut lengkap*

Apakah prosedur pelayanan cukup mudah dan jelasserta tidak berbelit-belit?

B: *sangat sangat mudah, pesennya tu langsung pake whatsapp lewat hape jadi punya nomernya. Tinggal pesen aja yan mau dipesen ntar langsung dipesenin sama ojolnya udah gitu aja*

Apakah admin merespon dengan cepat ketika melayani pelanggan?

B: *tergantung sih , kadang cepat kadang lama. Mungkin kalau lama dianya lagi sibuk atau lagi di jalan atau pesenanny lagi banyak.*

Apakah driver Itejek menjemput dan mengantarkan pesanan pelanggan dengan tepat waktu?

B: *iya*

Bagaimana keramah tamahan karyawan ketika melayani pelanggan?

B: *iya cukup ramah*

Layanan apa yang anda sukai dari Itejek?

B: *apa yah, ada sih. Biasanya orangnya ramah*

Seberapa sering anda menggunakan jasa Itejek dalam 1 bulan?

B: *ga nentu, dua kali kadang 3 kali*

Apakah tarif Itejek terjangkau dan sesuai dengan layanan yang diberikan?

B: *terjangkau sih, 7 ribu dalam kota*



Pada skala 1-10, seberapa puaskah anda dengan pembelian Anda?

B: *9, enak aja jadi ada yang bantu kita saat ga bisa keluar cari sesuatu cari barang.*

*Itejek solusinya*

Pada skala 1-10, seberapa besar kemungkinan anda untuk merekomendasikan layanan Itejek kepada teman atau anggota keluarga?

B: *7, selalu merespon dengan cepat keluhan pelanggannya*

Mengapa anda memilih layanan Itejek dari pada ojek online yang lain?

B: *karena enak aja sih, karna mungkin dari awal pesennya lewat itejek terus ga pernah ke yang lain.*

Dibanding dengan ojek online yang lain, apakah itejek lebih baik, lebih buruk atau sama?

B: *kayaknya lebih baik itejek deh*

Apakah kinerja pelayanan Itejek yang diterima pelanggan sudah sangat baik?

B: *baik, cukup baik*

Apakah pelayanan yang diberikan Itejek sesuai dengan keinginan anda?

B: *sudah*

Bagaimana Itejek dapat meningkatkan layanan untuk anda?

B: *semoga pelayanannya lebih baik lagi*

Apakah ada kejadian yang paling berkesan selama menggunakan layanan Itejek?

B: *apa yaa, oh iya itejeknya suka salah orang*

Pernahkah ada kesalahan dalam mengantarkan barang, atau barang tidak sampai selama menggunakan layanan Itejek?

B: *tidak pernah*

## IDENTITAS RESPONDEN

Nama : Ika Septiana  
Jenis Kelamin : Wanita  
Pekerjaan : Swasta  
Tingkat Pendidikan : SMA

## Hasil Wawancara

Apakah driver Itejek dapat menjaga keselamatan dan keamanan pelanggan?

B: *menurut saya iya*

Apakah driver Itejek mengenakan atribut kendaraan sesuai standar kepolisian?

B: *iya, biasanya mereka memakai jaket, helm, yang sesuai standar menurut saya.*

Apakah prosedur pelayanan cukup mudah dan jelasserta tidak berbelit-belit?

B: *cukup bagus untuk pelayanannya*

Apakah admin merespon dengan cepat ketika melayani pelanggan?

B: *iya merespon dengan cepat*

Apakah driver Itejek menjemput dan mengantar pesanan pelanggan dengan tepat waktu?

B: *beberapa kali, iya seperti itu*

Bagaimana keramah tamahan karyawan ketika melayani pelanggan?

B: *lumayan lumayan*

Layanan apa yang anda sukai dari Itejek?

B: *pelayanannya itu cepat, terus semisal dari pihak drivernya belum paham betul dengan apa yang saya minta biasanya konfirmasi ulang*

Seberapa sering anda menggunakan jasa Itejek dalam 1 bulan?

B: *hamper setiap hari*

Apakah tarif Itejek terjangkau dan sesuai dengan layanan yang diberikan?

B: *cukup terjangkau*

Pada skala 1-10, seberapa puaskah anda dengan pembelian Anda?

B: *7-8, mudah memesannya melalui aplikasi online*

Pada skala 1-10, seberapa besar kemungkinan anda untuk merekomendasikan layanan Itejek kepada teman atau anggota keluarga?

B: *7, karena pelayannya itu cepet responnya cepet terus kalo kurang paham juga konfirmasi ulang jadi dari kita tidak merasa disalahkan gitu, pelayanannya cepet*

Mengapa anda memilih layanan Itejek dari pada ojek online yang lain?

B: *karna responnya cepet sih karna saya itu rata-rata order makanan jadi saya biasany acari yang cepet. Untuk pelayanannya cepet dan ramah.*

Dibanding dengan ojek online yang lain, apakah itejek lebih baik, lebih buruk atau sama?

B: *diatas rata-rata menurut saya*

Apakah pelayanan yang diberikan Itejek sesuai dengan keinginan anda?

B: *iya*

Bagaimana Itejek dapat meningkatkan layanan untuk anda?

B: *untuk pelayanannya bisa lebih cepet lagi disbanding sekarang terus responnya juga diperbaiki lagi kran beberapa kurir kadang ada mungkin 20 persennya itu keramahannya kurang.*

Apakah ada kejadian yang paling berkesan selama menggunakan layanan Itejek?

B: *tidak ada*

Pernahkah ada kesalahan dalam mengantarkan barang, atau barang tidak sampai selama menggunakan layanan Itejek?

B: *semuanya sampai. Cuma mungkin, yaa semuanya sampai sih*



## IDENTITAS RESPONDEN

Nama : Akmil Nur Purnami  
Jenis Kelamin : Wanita  
Pekerjaan : Swasta  
Tingkat Pendidikan : SMA

## Hasil Wawancara

Apakah driver Itejek dapat menjaga keselamatan dan keamanan pelanggan?

B: *Iya*

Apakah driver Itejek mengenakan atribut kendaraan sesuai standar kepolisian?

B: *iya*

Apakah prosedur pelayanan cukup mudah dan jelasserta tidak berbeli belit?

B: *iya*

Apakah admin merespon dengan cepat ketika melayani pelanggan?

B: *iya tepat*

Apakah driver Itejek menjemput dan mengantarkan pesanan pelanggan dengan tepat waktu?

B: *iya lumayan, tergantung pesannya yang kita beli*

Bagaimana keramah tamahan karyawan ketika melayani pelanggan?

B: *lumayan ramah untuk admin dan drivernya*

Layanan apa yang anda sukai dari Itejek?

B: *antar makanan*

Seberapa sering anda menggunakan jasa Itejek dalam 1 bulan?

B: *sebulan paling sekali*

Apakah tarif Itejek terjangkau dan sesuai dengan layanan yang diberikan?

B: *terjangkau sesuai dengan pelayanannya*

Pada skala 1-10, seberapa puaskah anda dengan pembelian Anda?

B: *8, karena kadang jarak jauh maupun dekat kan sama tarifnya yah, kalau agak jauh mungkin nambah, untuk tarifnya agak mahal mungkin*

Pada skala 1-10, seberapa besar kemungkinan anda untuk merekomendasikan layanan Itejek kepada teman atau anggota keluarga?

B: 9, karena kalau di ojek online yang pakai aplikasi menu makannya terbatas yah pengen apa mungkin kan gada di aplikasinya, kalo itejek kan ga terbatas gitu loh kaya mau pesen apa aja mesti orangnya mau ga terbatas aplikasi tempat makannya jadi lebih banyak milih makanan

Mengapa anda memilih layanan Itejek dari pada ojek online yang lain?

B: karena lebih gampang ordernya, kedua karena lebih banyak milih makannya

Dibanding dengan ojek online yang lain, apakah itejek lebih baik, lebih buruk atau sama?

B: sama aja sih, kaya cara kerja dan cara pemesannya sama aja

Apakah kinerja pelayanan Itejek yang diterima pelanggan sudah sangat baik?

B: kalo dari segi pelayanan baik

Apakah pelayanan yang diberikan Itejek sesuai dengan keinginan anda?

B: sudah

Bagaimana Itejek dapat meningkatkan layanan untuk anda?

B: mungkin kalo ini kan masih pake WA kan, mungkin lebih baik bukin aplikasinya gitu aplikasi khusus gitu loh jadi lebih mempermudah lagi gitu

Apakah ada kejadian yang paling berkesan selama menggunakan layanan Itejek?

B: gada sih

Pernahkah ada kesalahan dalam mengantarkan barang, atau barang tidak sampai selama menggunakan layanan Itejek?

B: ngga pernah, selalu sampai lah

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. Identitas Diri

1. Nama : Mya Diva Alviana
2. NIM : 1717201202
3. Jurusan : Ekonomi Syariah
4. Program Studi : Ekonomi Syariah
5. Tempat/Tanggal Lahir : Brebes, 28 Mei 1999
6. Alamat asal : Karangwungu, Jalan Bantarkawung  
RT/RW 07/05, Kelurahan Pangebatan, Kecamatan Bantarkawung,  
Kabupaten Brebes, Jawa Tengah.
7. Nomor Hp/Wa Aktif : 088224160836
8. E-mail : myadiva67@gmail.com
9. Nama Orang Tua : Ayah : Abdul Wahid  
: Ibu : Itut Sulistiani

### B. Riwayat Pendidikan

1. TK RA Muslimat Buaran
2. SD N 05 Pangebatan
3. MTs N 03 Brebes
4. SMA N 1 Bumiayu
5. UIN PROF. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto
6. PPQ AL-Amin Pabuwaran

Purwokerto, 27 Juni 2022



Mya Diva Alviana