

**STUDI KOMPARATIF *SERVICE EXCELLENT* ANTARA  
PENGGUNA GOJEK DAN GRAB DI KOTA JEMBER**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember  
Untuk memnuhi salah satu persyaratan memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam  
Program Studi Ekonomi Syariah



Oleh:

**ZAHROTUL FIRDAUSI**

**NIM : E20172148**

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
JULI 2024**

# **STUDI KOMPARATIF *SERVICE EXCELLENT* ANTARA PENGGUNA GOJEK DAN GRAB DI KOTA JEMBER**

## **SKRIPSI**

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember  
Untuk memnuhi salah satu persyaratan memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam  
Program Studi Ekonomi Syariah

Oleh:

**ZAHROTUL FIRDAUSI**

**NIM: E20172148**

**Dosen Pembimbing**

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ

**M. Daud Rhosyidy, S.E., M.E.**

**NUP. 20070913**

**STUDI KOMPARATIF *SERVICE EXCELLENT* ANTARA  
PENGGUNA GOJEK DAN GRAB DI KOTA JEMBER**

**SKRIPSI**

telah diuji dan diterima untuk memnuhi salah satu  
persyaratan memperoleh gelar sarjana ekonomi (S.E)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam  
Program Studi Ekonomi Syariah

Hari: Jum'at  
Tanggal: 14 Juni 2024

Tim Penguji

Ketua

Siti Indah Purwaning Yuwana M.M  
NIP: 198509152019032005

Sekretaris

Nur Hidayat, S.E., M.M.  
NUP: 201603137

Anggota

1. Dr.H.Ubaidillah, M.Ag
2. M. Daud Rhosyidy, S.E., M.E.

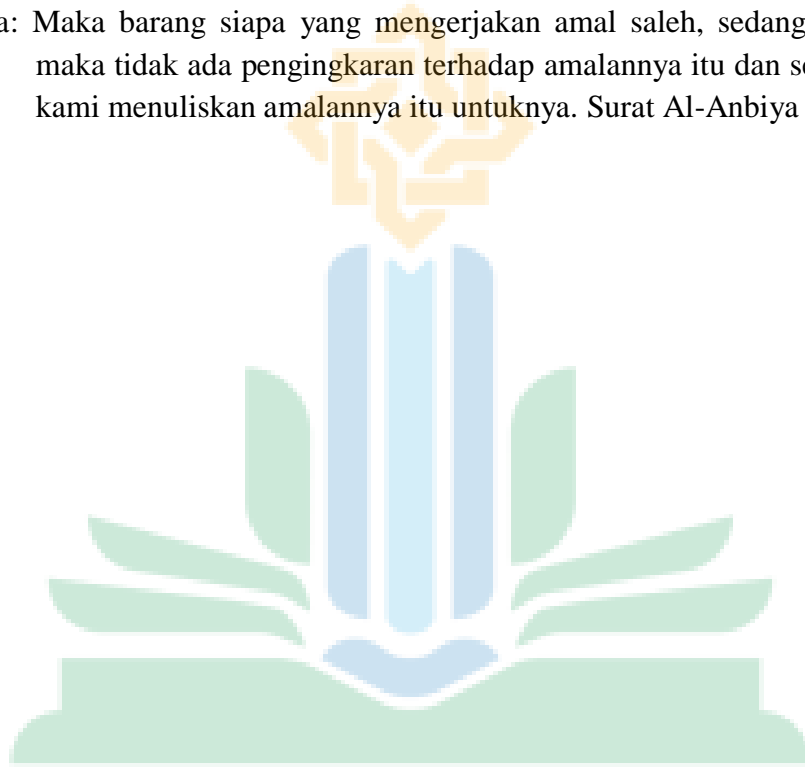
Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



## MOTTO

فَمَنْ يَعْمَلْ مِنَ الصَّالِحَاتِ وَهُوَ مُؤْمِنٌ فَلَا كُفْرَانَ لِسَعْيِهِ وَإِنَّا لَهُ  
كَتِبُونَا

Artinya: Maka barang siapa yang mengerjakan amal saleh, sedang ia beriman, maka tidak ada pengingkaran terhadap amalannya itu dan sesungguhnya kami menuliskan amalannya itu untuknya. Surat Al-Anbiya Ayat 94<sup>1</sup>



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

---

<sup>1</sup> Departemen Agama RI, Al-Quran dan terjemahannya, cetakan 3 (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2019).5

## PERSEMBAHAN

Dengan menyebut nama Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyanggah serta kepada Rasulullah Nabi Muhammad SAW, yang telah Allah berikan atas kehendaknya penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah ini. Saya mempersembahkan karya ilmiah ini kepada:

1. Kepada Orang Tua saya yaitu Bapak Mohammad Sholeh dan Ibu Sholichah yang selalu mendo'akan serta selalu memberi masukan, motivasi dan semangat.
2. Saudara –saudara saya yaitu Isroiyah, Muhammad Syaifudin, dan Siti Nur Rohmah Mauludia yang selalu mensupport dan membantu dalam pendidikan saya.
3. Almamater tercinta UIN KHAS Jember yang telah memberikan kesempatan untuk menuntut ilmu selama ini.
4. Sahabat saya Rovita Septiana, Urindha Arulitta, Vivin Roochilatus Sa'daniyah yang selalu membantu dan memberikan semangat kepada saya.
5. Adik-adik kos yakni Melisa, Madu, dan Ajeng yang selalu membantu.
6. Teman-teman kerja saya semuanya.
7. Teman-teman ES-3 angkatan 2017.

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

*Alhamdulillah*, segala puji bagi Allah SWT yang senantiasa melimpahkan segala rahmat, taufik, hidayah, serta inayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Sholawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW dengan harapan semoga kita mendapat syafaat-Nya di hari kiamat nanti Aamiin.

Skripsi yang berjudul “ **Studi Komparatif *Service Excellent* Antara Pengguna Gojek dan Grab di Kota Jember** ” ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sastra Satu (S1) pada jurusan Ekonomi dan Bisnis Islam prodi Ekonomi Syariah di Universitas Islam Negeri KH Acmad Siddiq (UIN KHAS) Jember. Peneliti menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terlaksana dengan baik tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak yang secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, pada kesempatan ini saya mengucapkan banyak-banyak terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H.Hepni, S.Ag., MM. selaku Rektor UIN KHAS Jember
2. Bapak Dr. H.Ubaidillah, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Bisnis dan Islam sekaligus Dosen Pembimbing Akademik.
3. Bapak Dr. M. F. Hidayatullah, M.Si. selaku Ketua Jurusan Studi Ekonomi Syariah.
4. Ibu Sofiah, M.E. selaku Koordinator Program Studi Ekonomi Syaria'ah.

5. Bapak M. Daud Rhosydy, S.E., M.E. selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk memberikan bimbingan dan arahan dalam menyusun skripsi.
6. . Dr. Siti Masrohatin, S.E, M.M. selaku Dosen Pembimbing Akademik.
7. Pelanggan setia pengguna Gojek dan Grab yang telah meluangkan waktu serta memberikan pendapat.
8. Seluruh Tim Penguji skripsi.
9. Semua pihak yang telah membantu penulis baik secara langsung maupun tidak langsung dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca demi kesempurnaan skripsi ini dimasa yang akan datang. Untuk itu saya sampaikan terimakasih sebanyak-banyaknya. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis khususnya, dari semua pihak dan pembaca.

Jember, 31 Mei 2024

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

Penulis

Zahrotul Firdausi  
NIM: E20172148

## ABSTRAK

Zahrotul Fidausi, Muhammad Daud Rhosyidy, S.E.,M.E: Studi Komparatif *Service Excellent* Antara Pengguna Gojek dan Grab di Kota Jember

Berkembangnya internet yang cepat menjadi peluang bisnis bagi pelaku bisnis yang menginginkan produk dan jasa agar dikenal oleh masyarakat secara luas, termasuk di negara Indonesia. Produk dan jasa yang terkena dampak internet salah satunya adalah sistem bisnis transportasi. Tingginya minat konsumen terhadap ojek online membuat perusahaan transportasi online bersaing untuk menghasilkan layanan yang terbaik. Pelayanan prima yang mana merupakan terjemahan dari istilah *Excellent Service* yang secara harfiah berarti pelayanan yang sangat baik atau pelayanan yang terbaik. Disebut sangat baik atau terbaik dikarenakan sesuai dengan standar pelayanan yang berlaku atau dimiliki oleh instansi yang memberikan pelayanan dan juga memuaskan pelanggan.

Berdasarkan fokus masalah di atas maka dapat dirumuskan: (1) Apa persamaan *service excellent* antara pengguna aplikasi Gojek dan Grab di Kota Jember? (2) Apa perbedaan *service excellent* antara pengguna aplikasi Gojek dan Grab di Kota Jember?

Tujuan penelitian ini antara lain: (1) Untuk mengetahui persamaan *service excellent* antara pengguna aplikasi Gojek dan Grab di Kota Jember? (2) Untuk mengetahui perbedaan *service excellent* antara pengguna aplikasi Gojek dan Grab di Kota Jember?

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif, sedangkan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara dan dokumentasi, untuk teknik analisis data yang digunakan adalah reduksi data, penyajian data, *verification*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) persamaan *service excellent* antara pengguna aplikasi Gojek dan Grab terdapat sikap *driver*, penampilan *driver*, kemampuan *driver*, perhatian *driver*, tindakan dan tanggung jawab *driver*. (2) perbedaan *service excellent* antara pengguna Gojek dan Grab terdapat pada waktu pengambilan pelanggan dan kualitas pelayanan yang tergantung pada masing-masing individu *driver*.

**Kata kunci:** *ojek online, service excellent*



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>iv</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Konteks Penelitian.....	1
B. Fokus Penelitian .....	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Definisi Istilah .....	8
F. Sistematika Pembahasan .....	9
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....	<b>11</b>
A. Penelitian Terdahulu.....	11
B. Kajian Teori.....	51
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>41</b>
A. Metode Penelitian.....	36
B. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	37

C. Lokasi Penelitian.....	37
D. Subjek Penelitian.....	37
E. Teknik Pengumpulan Data.....	38
F. Analisis Data .....	40
G. Keabsahan Data.....	42
H. Tahap-Tahap Penelitian .....	43
<b>BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS .....</b>	<b>45</b>
A. Gambaran Objek Penelitian.....	45
B. Penyajian Data Dan Analisis .....	52
C. Pembahasan Temuan.....	64
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>70</b>
A. Kesimpulan.....	70
B. Saran .....	71
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>72</b>

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Pengguna Internet Periode 2018-2023 .....	1
Tabel 1.2 Perbedaan Gojek dan Grab .....	2
Tabel 2.1 Mapping persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu .....	48



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Berkembangnya internet yang cepat menjadi peluang bisnis bagi pelaku bisnis yang menginginkan produk dan jasa agar dikenal oleh masyarakat secara luas, termasuk di negara Indonesia. Dari data survei yang telah dilakukan oleh suatu lembaga survei di Indonesia menghasilkan data pengguna internet sebagai berikut:

Tabel 1.1  
Jumlah Pengguna Internet Periode 2018-2023

Tahun	Jumlah Pengguna	presentase
2018	171,17	64,8%
2019-2020	196,7	73,7%
2021-2022	210,03	77,02%
2022-2023	215,63	79,6%

Sumber: Data Survei APJII

Produk dan jasa yang terkena dampak internet salah satunya adalah sistem bisnis transportasi. bisnis transportasi online di Indonesia yang memiliki banyak pengguna yakni bisnis ojek. Transportasi ojek online menjadi salah satu pengembang layanan terbaru dunia e-commerce. Bisnis transportasi online yang saat ini dikenal yaitu Gojek dan Grab. Kedua perusahaan transportasi berbasis aplikasi ini memberikan perubahan yang signifikan bagi kehidupan masyarakat, bahkan kedua

perusahaan ini menjadi perusahaan jasa berbasis aplikasi pilihan masyarakat.<sup>2</sup>

Tingginya minat konsumen terhadap ojek *online* membuat perusahaan transportasi online bersaing untuk menghasilkan layanan yang terbaik demi bisa menciptakan kepuasan kepada para konsumennya.<sup>3</sup> Kehadiran jasa transportasi ojek marak di kota besar, adanya Gojek dan Grab yang berbasis aplikasi memberikan solusi untuk mempermudah pemesanan jasa transportasi ojek. Gojek dan Grab adalah salah satu fenomena bisnis jasa transportasi di tengah kemajuan teknologi komunikasi.<sup>4</sup> Dulu ojek dikelola sendiri oleh kepemilikan tunggal dan biasanya pelanggan harus datang ke pangkalan ojek untuk menggunakan jasa ojek tersebut. Sekarang banyak bermunculan transportasi *online* yang dikelola oleh perusahaan profesional yang bergerak di bidang jasa.

Tabel 1.2  
Perbedaan Gojek dan Grab

	Gojek	Grab
Logo		
Tahun berdiri	Tahun 2010	Tahun 2012

<sup>2</sup> Arianis Chan “Perbandingan Pengalaman Pengguna Pada Aplikasi Mobile Go-Jek Dan Grab (Studi Pada Konsumen Pt Go-Jek Dan Pt Grab Indonesia Di Dki Jakarta)”, Vol. 2, No. 2, (2018)

<sup>3</sup> Agung Kresnamurti Rivai P, Suneni, Ika Febrilia, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Transportasi Ojek Online Grab”. Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI), Vol. 10 No. 1, (2019), 205.

<sup>4</sup> Soekiyono, Wiwin Siswanti, “Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi Antara Komunikasi Dan Citra Terhadap Loyalitas Pengguna Jasa Go-Jek Di Jakarta Dan Sekitarnya”, Jurnal SEMNAS FEKOM 2016, 284.

Founder	Nadiem Makarim Michaelangelo Moran Kevin Aluwi	Anthony Tan Tan Hooi Ling
Layanan	GoRide, GoFood, GoCar, GoSend, GoClub, GoBox, GoTix, , GoTransit, GoBluebird, GoBox, Go- Pulsa, GoNearby, GoTagihan, GoGive, GoSure, GoInvestasi, GoShop, GoMart, , Go- Med, GoPlay,	Grab-Bike, Grab-Car, Grab sewa, Grab-Food, GrabExpress, Grab jastip, Grab mart, Grab- Pulsa/Token, GrabAsuransi, Grab- Hotel, GrabRewards, Grab-Gifts, Pembelian petualangan, Grab jasa rumah, Grab-Kesehatan, dan Grab-Tagihan
Beroperasi	Gojek telah hadir di 5 negara di Asia Tenggara yaitu Indonesia, Vietnam, Filipina, Singapura, dan Thailand	Grab telah hadir 8 negara di Asia Tenggara yaitu, Malaysia, Indonesia, Singapura, Vietnam, Thailand, Cambodia, Myanmar, dan Filipina.

Sumber: (www.Gojek.com, www.Grab.com)

Kedua perusahaan transportasi ini merupakan solusi bagi masyarakat untuk mendapatkan transportasi dengan cepat dan mudah yang dapat di akses melalui media *handphone*. Tukang ojek *online* atau biasanya disebut driver online memiliki bentuk interaksi kepada pelanggan untuk menciptakan pelayanan prima (*service excellent*) agar memberikan nilai kepuasan bagi para konsumen.

Secara islam service excellent di sebutkan dalam al-qur'an yakni pada surat al ahzab ayat 21 yakni:

لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ وَالْيَوْمَ  
الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا ﴿٢١﴾

Artinya: Sesungguhnya telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri teladan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari kiamat dan dia banyak menyebut Allah.

Ayat ini merupakan gambaran perilaku agung Rasulullah SAW dalam perkataan, perbuatan dan perilakunya. Untuk itu, Allah SWT memerintahkan kita untuk meneladani akhlak dan sifat Rasulullah SAW dalam semua tindakannya. Hikmah yang terdapat pada ayat tersebut dalam hal penerapan pelayanan adalah *driver* harus mencontoh akhlak Rasulullah SAW dalam semua aktifitas dalam bentuk perilaku. Perilaku baik *driver* tidak hanya diterapkan pada saat melayani para pelanggan tetapi juga harus diterapkan pada disemua aktifitas kehidupannya. Hal ini disebabkan karena saat ini pelanggan telah menjadi sangat sensitive, satu hal kecil yang menjadi kesalahan akan mengakibatkan reaksi yang dapat mengakibatkan pada hancurnya kredibilitas perusahaan.<sup>5</sup>

Pelayanan dalam bahasa inggris adalah “*service*” , menurut A.S Moenir pelayanan merupakan kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan landasan tertentu dimana tingkat kepuasanya

<sup>5</sup> Gunara, Thorik, *Marketing Muhammad Strategi Handal dan Jitu Praktek Bisnis Rasulullah SAW*, (Bandung : PT. Karya Kita Madania Prima,2007),36.



hanya dapat dirasakan oleh orang yang melayani atau dilayani, tergantung kepada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggan.<sup>6</sup>

Menurut R.A Supriyono pelayanan merupakan kegiatan yang diselenggarakan organisasi menyangkut kebutuhan pihak konsumen dan akan menimbulkan kesan tersendiri, dengan adanya pelayanan yang baik maka konsumen akan merasa puas, dengan demikian pelayanan merupakan hal yang sangat penting dalam upaya menarik konsumen untuk menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan.<sup>7</sup>

Pelayanan prima yang mana merupakan terjemahan dari istilah *Excellent Service* yang secara harfiah berarti pelayanan yang sangat baik atau pelayanan yang terbaik. Disebut sangat baik atau terbaik dikarenakan sesuai dengan standar pelayanan yang berlaku atau dimiliki oleh instansi yang memberikan pelayanan dan juga memuaskan pelanggan. Instansi pelayanan harus memiliki standar pelayanan yang dapat menjadi ukuran dalam memuaskan pelanggan. Pelayanan disebut sangat baik atau terbaik akan menjadi prima, manakala dapat atau mampu memuaskan pihak yang dilayani (pelanggan).<sup>8</sup> Pelayanan prima merupakan kepedulian kepada pelanggan dengan memberikan layanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan pemenuhan kebutuhan dan mewujudkan kepuasannya, agar mereka selalu loyal kepada organisasi atau perusahaan.<sup>9</sup>

---

<sup>6</sup> Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta:PT Grafindo Persada,2010), 22.

<sup>7</sup> Malayu Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan cet ke-4* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2005), 152.

<sup>8</sup> M Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syari'ah* (Bandung: Alfabeta, 2010), 211

<sup>9</sup> Atep Adya Barata, *Dasar-Dasar Pelayanan Prima* (Jakarta: PT. Alex Media Komputindo, 2006), 20.

Di Kota Jember driver online sudah banyak yang beroperasi di mulai Gojek pada tahun 2017 dengan beranggotakan 2300 lebih yang sudah mendaftar.<sup>10</sup> Dalam melaksanakan pekerjaan para *driver* Gojek dan Grab dituntut untuk memberikan *service excellent* kepada para konsumen, seperti pada konsumen yang berlangganan Gojek, ia merasa puas dengan pelayanan yang diberikan apalagi dengan banyaknya diskon makanan yang diberikan oleh pihak Gojek.<sup>11</sup> Sedangkan pada pelanggan Grab ia merasa puas karena harga untuk biaya perjalanan lebih murah dan pelayanan driver sangat ramah.<sup>12</sup> walaupun perusahaan sudah memberikan arahan kepada *driver* untuk memberikan *service excellent* kepada para konsumen, masih ada driver yang lalai pada pelayanan bagi para konsumen. Seperti pada driver Gojek yang lama datang menjemput dan tidak ada konfirmasi dari *driver*.<sup>13</sup> Sedangkan pada driver Grab konsumen memesan makanan dan sudah menunggu lama tiba-tiba pesanan dibatalkan oleh pihak *driver*.<sup>14</sup>

Hal ini lah yang melatar belakangi peneliti untuk melakukan penelitian dengan judul “Studi Komparatif *Service Exelent* Antara Pengguna Gojek dan Grab di Kota Jember”.

---

<sup>10</sup> Muhammad Ayyub Tontowi, “Analisis Dampak Keberadaan Ojek Online Terhadap Pendapatan Sopir Angkot Di Kabupaten Jember”, (*Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Jember, Jember, 2018*).

<sup>11</sup> Vivin, *Wawancara*, Jember, 18 November 2023.

<sup>12</sup> Chintya, *Wawancara*, Jember, 21 Noember 2023.

<sup>13</sup> Ajen, *Wawancara*, Jember, 19 November 2023.

<sup>14</sup> Nafik, *Wawancara*, Jember, 21 November 2023.

## B. Fokus Penelitian

Adapun fokus penelitian dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apa persamaan *service excellent* antara pengguna aplikasi Gojek dan Grab di Kota Jember?
2. Apa perbedaan *service excellent* antara pengguna aplikasi Gojek dan Grab di Kota Jember?

## C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui persamaan *service excellent* antara pengguna aplikasi Gojek dan Grab di Kota Jember?
2. Untuk mengetahui perbedaan *service excellent* antara pengguna aplikasi Gojek dan Grab di Kota Jember?

## D. Manfaat Penelitian

### 1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang signifikan bagi semua pihak, serta wawasan keilmuan mengenai bahasan tentang *service Excellent*.

### 2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Mahasiswa UIN KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ Jember

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan referensi dalam mengembangkan kajian ekonomi syariah khususnya tentang studi komparatif *service excellent*.

b. Bagi Peneliti

Peneliti dapat dengan mudah mengukur sejauh mana kesesuaian keilmuan yang telah didapat di bangku kuliah yang hanya sering berputar di dunia teori dengan kenyataan yang ada di lapangan. Dapat berbagi informasi pengetahuan dan menambah wawasan keilmuan kepada pembaca mengenai studi komparatif *service excellent*.

c. Bagi masyarakat

Penelitian ini semoga bisa memberikan informasi serta pengetahuan kepada masyarakat tentang analisis komparatif *service excellent* antara pengguna Gojek dan Grab

**E. Definisi Istilah**

Dalam suatu tujuan penelitian, definisi istilah berisi tentang pengertian istilah-istilah penting yang menjadi titik perhatian peneliti di dalam judul penelitian. Tujuannya agar tidak terjadi kesalahpahaman terhadap makna istilah sebagaimana dimaksud oleh peneliti. Berdasarkan

fokus dan rumusan masalah penelitian, maka uraian definisi istilah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Studi Komparasi

Studi komparasi adalah suatu bentuk penelitian yang membandingkan antara variabel-variabel yang saling berhubungan dengan mengemukakan perbedaan-perbedaan ataupun persamaan-persamaan dalam sebuah kebijakan lain.

## 2. Service Excellent

istilah *service excellent* yang secara harfiah berarti pelayanan yang sangat baik atau pelayanan yang terbaik. Disebut sangat baik atau terbaik dikarenakan sesuai dengan standar pelayanan yang berlaku atau dimiliki oleh instansi yang memberikan pelayanan dan juga memuaskan pelanggan.

## 3. Ojek Online

Ojek online adalah sebuah transportasi umum yang menggunakan internet untuk memesannya. Sebelum adanya ojek online kita kesulitan mendapatkan ojek untuk berpergian. Dengan kemajuan teknologi, sekarang ojek bisa kita dapatkan dengan mudah melalui handphone yang kita miliki.

## F. Sistematika Pembahasan

Berisi tentang deskriptif alur pembahasan skripsi yang dimulai dari bab pendahuluan hingga pada bab lima (V). Format penulisan sistematika pembahasan adalah dalam bentuk deskriptif naratif, bukan seperti pada daftar isi.<sup>15</sup> Adapun sistematika pembahasan penelitian ini adalah:

**BAB I** : Pendahuluan. Pada bab ini meliputi uraian tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi istilah, dan sistematika pembahasan.

<sup>15</sup> Tim Penyusun, “*Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*”, (Jember: IAIN Jember Press, 2015), 42.

**BAB II** : Kajian Kepustakaan. Pada bab ini akan dipaparkan kajian kepustakaan dan literatur yang berhubungan dengan skripsi. Kajian kepustakaan terdiri dari penelitian terdahulu, dilanjutkan dengan kajian teori yang memuat tentang teori pengendalian, proses produksi, *repacking*. Fungsi dari bab ini adalah sebagai landasan teori pada bab berikutnya guna menganalisa data yang diperoleh dari penelitian.

**BAB III** : Metode Penelitian. Pada bab ini menjelaskan metode yang digunakan untuk penelitian oleh peneliti. Dalam hal ini peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif.

**BAB IV** : Penyajian Data dan Analisis. Bab ini terdiri dari beberapa sub bab, yaitu gambaran objek penelitian, dalam penelitian ini berisi gambaran umum tentang Family Star, penyajian data, analisis dan pengujian hipotesis, dan juga pembahasan.

**BAB V** : Penutup. Pada bab terakhir ini terdiri dari kesimpulan dan saran- saran dari hasil penelitian ini.

## BAB II

### KAJIAN KEPUSTAKAAN

#### A. Penelitian Terdahulu

Dalam pembahasan ini, peneliti akan mengemukakan beberapa penelitian terdahulu yang dilakukan oleh peneliti lain sebagai dasar pemikiran dalam rangka penyusunan penelitian ini. Oleh karena itu peneliti telah mengambil beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan judul penelitian yang telah dibuat. Hasil-hasil penelitian terdahulu diantaranya sebagai berikut :

1. Nita Kurnia “ Perbandingan Kualitas Pelayanan antara Go Ride dan Grab Bike Terhadap Kepuasan Konsumen di Kota Palangka Raya”, (2019).<sup>16</sup>

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kualitas layanan Go-Ride dan Grab Bike terhadap kepuasan konsumen di kota Palangka Raya dan untuk mengetahui bagaimana kualitas layanan antara Go Ride dan Grab Bike terhadap kepuasan konsumen di kota Palangka Raya. Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kuantitatif dengan jenis penelitian survei. Metode penelitian ini menggunakan metode insidental sampling.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa teknik uji t pada perbandingan variabel kualitas pelayanan antara Go-ride dan Grabbike didapatkan hasil nilai -t hitung sebesar  $-0,113 < -1,984$ , artinya -t

---

<sup>16</sup> Nita Kurnia “ *Perbandingan Kualitas Pelayanan antara Go Ride dan Grab Bike Terhadap Kepuasan Konsumen di Kota Palangka Raya*”, (Skripsi, IAIN Palangka Raya, Palangka Raya, 2019).

hitung  $< -t$  tabel maka  $H_0$  ditolak. Dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan kualitas pelayanan antara Go-ride dan Grabbike. Sedangkan hasil perhitungan uji t pada perbandingan variabel kepuasan konsumen didapatkan nilai t hitung sebesar  $0,474 < 1,984$ , artinya t hitung  $< t$  tabel maka  $H_0$  diterima. Bahwa kepuasan konsumen Go-ride tidak lebih rendah dibandingkan kepuasan konsumen Grabbike. Dari nilai mean dapat diketahui bahwa kepuasan konsumen Go-ride sebesar 65,10 lebih tinggi dari kepuasan konsumen Grabbike yaitu 64,40.

Persamaan pada penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah sama-sama meneliti tentang nilai kepuasan konsumen pengguna ojek online. Sedangkan yang menjadi perbedaan terletak pada metode penelitian. Metode penelitian terdahulu menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian survei sedangkan penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang bersifat deskriptif.

2. Khoiriyah Dini Hanifah “ Studi Komparasi Pelayanan Dengan Cash On Delivery Pada PT.Pos dan SAP Express di Kabupaten Jember”

(2021).<sup>17</sup>

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui bagaimana pelayanan cash on delivery pada Pt. Pos, untuk mengetahui pelayanan Cash On delivery pada SAP Express di kabupaten Jember, dan untuk mengetahui komparasi pelayanan Cash On delivery pada Pt. Pos dan SAP Express di Kabupaten Jember. Penelitian ini menggunakan jenis

---

<sup>17</sup> Khoiriyah Dini Hanifah “ *Studi Komparasi Pelayanan Dengan Cash On Delivery Pada PT.Pos dan SAP Express di Kabupaten Jember*”, (Skripsi, IAIN Jember, Jember, 2021).



penelitian kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan komparatif. Dalam penentuan subjek penelitian menggunakan purposive serta menggunakan pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil dari penelitian ini adalah Pt. Pos Indonesia lebih unggul dalam hal pengiriman menggunakan Cash On Delivery, bahkan dengan jangkauannya yang luas dapat memudahkan kantor pos untuk lebih cepat dalam mengirimkan barang. Dengan memberikan pelayanan yang bagus, baik dari segi harga maupun kemudahan customer saat menggunakan jasanya terutama dalam pengiriman menggunakan Cash On delivery. Sama dengan SAP Express, perusahaan ini juga mampu bersaing di zaman sekarang yang dikatakan banyak pesaing, tetapi meskipun SAP Express dikatakan masih baru, perusahaan ini sudah memiliki beberapa cabang bahkan sudah memiliki banyak pelanggan, karena SAP merupakan perusahaan baru jadi ada beberapa hal yang dianggap kurang memberikan kenyamanan kepada konsumen. Oleh karena itu, pelayanan Cash On Delivery pada PT. Pos dan SAP Express memiliki perbedaan, baik dalam hal pengiriman, ongkos kirim, pencairan dana, dan lain sebagainya.

Persamaan penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang studi komparasi penelitian dan jenis metode penelitian yang digunakan menggunakan metode kualitatif deskriptif. Sedangkan perbedaan pada jenis penelitian ini adalah terletak pada objek penelitian.

3. Desi Ratna sari “ Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Go Jek (Studi Kasus Pada Mahasiswa IAIN Metro Pengguna Layanan Go Ride)” , (2020).<sup>18</sup>

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan promosi terhadap kepuasan pelanggan konsumen gojek. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel purposive sampling sebanyak 100 mahasiswa.

Hasil dari penelitian ini adalah kualitas pelayanan, harga, dan promosi bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen gojek pada mahasiswa IAIN Metro pengguna layanan go-ride yang ditunjukkan dengan nilai signifikan sebesar 0,02 lebih kecil dari taraf signifikan yang ditentukan sebesar 0,05. Artinya  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima yang berarti terdapat pengaruh signifikan secara simultan antara variable bebas (independent) dengan variable terikat (dependent).

Persamaan dalam penelitian ini sama-sama membahas tentang pelayanan pada kepuasan konsumen Gojek. Perbedaan dalam penelitian ini terletak pada metode penelitian. Penelitian terdahulu menggunakan metode kuantitatif sedangkan peneliti menggunakan metode kualitatif

---

<sup>18</sup> Desi Ratna Sari, “ Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Harga dan Promosis Terhadap Kepuasan Gojek” (Skripsi, IAIN Metro, Metro, 2020).

4. Wisnu Mahendri, Abdullah Fajarul Munir, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Jasa Transportasi Gojek Online Di Sidoarjo)” (2021), Universitas Kh. A. Wahab Hasbullah.<sup>19</sup>

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan citra merek terhadap, kepuasan pelanggan. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan survei sebagai metode pengumpulan data. Survei ini menggunakan instrumen kuesioner dan wawancara untuk memperoleh tanggapan dari responden. Populasi penelitian ini terdiri dari seluruh pelanggan yang menggunakan layanan transportasi ojek online di Sidoarjo pada bulan Januari 2020. Untuk sampel penelitian, dipilih seratus orang menggunakan rumus Lameshow, mengingat jumlah pengguna Gojek di Sidoarjo yang tidak terbatas. Metode yang dipakai dalam studi ini ialah regresi linier berganda menggunakan aplikasi SPSS 21.

Hasil dari penelitian ini adalah tidak ada hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan dalam jasa transportasi ojek online Gojek di Sidoarjo. Adanya pengaruh harga pada kepuasan pelanggan dan pengaruh citra merek terhadap kepuasan pelanggan studi pada jasa transportasi ojek online Gojek di Sidoarjo.

---

<sup>19</sup> Wisnu Mahendri, Abdullah Fajarul Munir, “*Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Jasa Transportasi Gojek Online Di Sidoarjo)*”, *Jurnal Ekonomi Dan Perkembangan Bisnis*, Vol. 5 No. 2 (November 2021), 11-17.

Persamaan antara penelitian terdahulu dan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah membahas tentang pelayanan antara gojek dan grab terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan perbedaan dari penelitian terdahulu ini ada pada metode penelitiannya menggunakan penelitian kuantitatif dengan metode survey yang mana dengan cara pengumpulan data dengan menggunakan instrumen kuesioner atau wawancara untuk mendapat tanggapan dari responden. Sedangkan peneliti menggunakan penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif.

5. Wijaya Kusuma, “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Gojek Di Kota Surabaya” (2021), Pendidikan Tata Niaga, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya.<sup>20</sup>

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi gojek. Penelitian ini menerapkan pendekatan kausal dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif. Populasi penelitian terdiri dari pelanggan Gojek di kota Surabaya, dengan jumlah sampel sebanyak 165 responden. Sampel yang digunakan adalah 11 kali 5, yaitu 165 responden.

Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa kualitas layanan Gojek di Kota Surabaya berpengaruh secara positif dan signifikan

---

<sup>20</sup> Wijaya Kusuma, “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Go-Jek Di Kota Surabaya”, Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN), Vol.9 No.2, (2021), 1174-1180

terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Kedua temuan lain dari penelitian ini adalah bahwa citra merek memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan Gojek. Ketiga selain itu, hasil penelitian menunjukkan bahwa baik kualitas layanan maupun citra merek memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan gojek.

Persamaan pada penelitian ini sama-sama meneliti tentang kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan pada jasa transportasi Gojek. Perbedaan dalam penelitian ini pada metode penelitian yang digunakan. Peneliti terdahulu menggunakan metode kuantitatif deskriptif sedangkan peneliti menggunakan metode kualitatif deskriptif.

6. Gina Maulidia, Ina Ratnasari, “Analisis Komparatif Strategi Digital Marketing terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Transportasi Online Gojek dan Grab di Kabupaten Karawang” (2021), Program Studi Manajemen, Universitas Singaperbangsa Karawang.<sup>21</sup>

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi digital marketing terhadap keputusan pengguna jasa transportasi online gojek dan grab. Metode analisis verifikatif pada penelitian ini menggunakan regresi linier sederhana sebagai alat analisis. Fokus dari penelitian ini adalah menguji pengaruh parsial melalui penggunaan uji-t dan uji-t komparatif untuk menguji hipotesis.

---

<sup>21</sup> Gina Maulidia, Ina Ratnasari, “Analisis Komparatif Strategi Digital Marketing terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Transportasi Online Gojek dan Grab di Kabupaten Karawang”, Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini, Vol. 12, No. 1, (Juli, 2021), 51-57.

Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh parsial yang signifikan antara strategi pemasaran digital dan keputusan pembelian. Strategi pemasaran digital berpengaruh terhadap keputusan pembelian Gojek. Terdapat pengaruh parsial yang signifikan antara strategi pemasaran digital dan keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi (0,000) lebih kecil dari  $\alpha$  (0,5), dan nilai penghitungan (3.681) lebih besar dari nilai tabel (1.289). Oleh karena itu, hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima. Strategi pemasaran digital memiliki pengaruh sebesar 63% terhadap keputusan pembelian Grab. Dapat disimpulkan secara parsial bahwa strategi pemasaran digital berpengaruh terhadap pembelian melalui aplikasi grab.

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang sama-sama meneliti tentang analisis komparatif terdapat transportasi online grab dan gojek. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang terletak pada metode penelitian dan kajian teori.

Penelitian terdahulu menggunakan metode kuantitatif regresi linier sedangkan peneliti menggunakan metode kualitatif yang bersifat deskriptif.

7. Feti Fatimah Maulyan, Devi Yuniati Drajat, “ Pengaruh Service Excellent Terhadap Citra Perusahaan dan Loyalitas Pelanggan: Tinjauan Teoritis”, (2022), Universitas Adhirajasa Reswara Sanjaya.<sup>22</sup>

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui *pengaruh service excellent* terhadap citra perusahaan dan loyalitas pelanggan. Metode penelitian menggunakan penelitian kualitatif yang bersumber dari artikel dan buku. Data sekunder diambil dari kajian penelitian terdahulu untuk mengkaji konsep dan membentuk konsep penelitian model kajian terbaru terkait dengan *service excellent* terhadap loyalitas pelanggan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *service excellent* dapat meningkatkan citra perusahaan dan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. *Service excellent* berupaya memberikan pelayanan yang terbaik bagi para pelanggan sehingga mampu memberikan pelayanan yang optimal. Perusahaan sebaiknya harus memberikan kepuasan bagi pelanggan agar pelanggan tidak berpindah ke produk perusahaan lain dan pelanggan semakin loyal.

Persamaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang adalah sama-sama meneliti tentang teori *service excellent* dan metode penelitian yang digunakan sama-sama menggunakan metode kualitatif. Perbedaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang terletak pada objek penelitian.

---

<sup>22</sup> Feti Fatimah Maulyan, Devi Yuniati Drajat, “ *Pengaruh Service Excellent Terhadap Citra Perusahaan dan Loyalitas Pelanggan: Tinjauan Teoritis*”, Jurnal Sains Manajemen, Vol. 4, No. 1 (Februari,2022), 2685-6972.

8. Ghina Alhanani, Budi Santoso, “Dampak Service Excellent Terhadap Kepuasan Pelanggan Salon Strawberry”, (2022), Universitas Muhammadiyah Jember.<sup>23</sup>

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dampak service excellent terhadap kepuasan pelanggan. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Populasi di dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan salon strawberry. Sampel yang digunakan sebanyak 96 responden yang menggunakan teknik purposive sampling. Metode yang pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis menggunakan regresi linier berganda.

Hasil dari penelitian menunjukkan nilai  $f$  hitung (11,077) lebih dari  $f$  tabel (3,10) dan nilai sig 0,00 kurang dari 0,05. Maka, variabel kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan, tanggung jawab secara simultan atau bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Pelanggan.

Persamaan dari penelitian ini dengan penelitian terdahulu yakni sama-sama meneliti tentang *service excellent* terhadap kepuasan pelanggan. Perbedaan dari penelitian ini yakni pada objek penelitian dan metode penelitian yang digunakan. Metode penelitian terdahulu menggunakan metode kuantitatif sedangkan peneliti menggunakan metode kualitatif.

---

<sup>23</sup> Ghina Alhanani, Budi Santoso, “Dampak Service Excellent Terhadap Kepuasan Pelanggan Salon Strawberry”, Jurnal Penelitian dan Pengembangan Sains dan Humaniora, Vol 6, No.3 (Oktober,2022), 397-403.



9. Lenny Jomeira, Djoko Dewantoro, “ Pengaruh *Service Excellent* terhadap Kepatuhan Formal Wajib Pajak Badan Pada KPP Pratama Gresik”, (2019).Universitas Airlangga.<sup>24</sup>

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *service excellent* terhadap kepatuhan formal wajib pajak. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini yakni dengan menggunakan kuantitatif. Teknik pengumpulan data melalui kuesioner. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda dan uji hipotesis untuk mengetahui pengaruh *service excellent* terhadap kepatuhan formal wajib pajak badan. Analisis data yang digunakan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heterokedastisitas, uji autokorelasi, serta pengujian hipotesis (uji t parsial dan uji F simultan).

Hasil dari penelitian secara simultan variabel bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati sebagai gambaran *service excellent* secara simultan berpengaruh terhadap kepatuhan formal wajib pajak badan sedangkan secara parsial hanya variabel jaminan dan empati yang berpengaruh terhadap kepatuhan formal wajib pajak badan.

Persamaan dari penelitian ini yakni sama-sama meneliti tentang *service excellent*. Perbedaan dari penelitian ini terletak pada metode penelitian dan objek penelitian. Metode penelitian terdahulu

<sup>24</sup> Lenny Jomeira, Djoko Dewantoro, “ *Pengaruh Service Excellent terhadap Kepatuhan Formal Wajib Pajak Badan Pada KPP Pratama Gresik*”, Jurnal Ekonomi dan Bisnis Airlangga, Vol 29, No. 1 (Februari, 2019). 15-24.

menggunakan metode kuantitatif sedangkan peneliti menggunakan metode kualitatif.

10. Titik Sri Winih, “Analisis Pengaruh Pelayanan Prima (*Service Excellent*) Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Swalayan Ismart”, 2021, IAIN Ponorogo.<sup>25</sup>

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pelayanan prima (*service excellent*) terhadap kepuasan pelanggan. Metode dalam penelitian ini yaitu pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data dengan cara penyebaran angket. adapun jumlah sampel yang diambil sebanyak 97 responden swalayan ismart Ponorogo. Adapun teknik analisis data untuk uji pra penelitian menggunakan validitas dan reliabilitas, uji statistik menggunakan uji koefisien determinasi, uji simultan f test, t test, uji asumsi klasik menggunakan uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, uji linieritas.

hasil test menunjukkan bahwa variabel *attitude*, *attention*, *action*, *ability*, *appereance* dan *accountability* berpengaruh serta signifikan terhadap kepuasan pelanggan, uji f test menunjukkan variabel *attitude*, *attention*, *action*, *ability*, *apperenace*, dan *accountability* secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Kemudian  $R^2$  menghasilkan 0,639 hal ini berarti 63,9 % variasi kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variasi 6 variabel

---

<sup>25</sup> Titik Sri Winih, “Analisis Pengaruh Pelayanan Prima (*Service Excellent*) Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Swalayan Ismart”, (Skripsi IAIN Ponorogo, Ponorogo, 2021)

*attitude, attention, action, ability, apperenace, dan accountability*, sedangkan sisanya 36,1 dipengaruhi oleh sebab-sebab lain diluar variabel.

Persamaan dalam penelitian ini terletak pada kajian teori yang digunakan yaitu *service excellent*. Sedangkan perbedaan terletak pada metode penelitian dan objek penelitian. Penelitian dahulu menggunakan metode kuantitatif sedangkan peneliti menggunakan metode kualitatif.

Tabel 2.1

## Mapping persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu

No	Penulis	Judul	Persamaan	Perbedaan
1.	Nita Kurnia (2019).	Perbandingan Kualitas Pelayanan antara Go Ride dan Grab Bike Terhadap Kepuasan Konsumen di Kota Palangka Raya	meneliti tentang nilai kepuasan konsumen pengguna ojek online.	Perbedaan penelitian terdapat di metode penelitian yang menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian survei.
2.	Khoiriyah Dini Hanifah	Studi Komparasi Pelayanan Dengan Cash On Delivery Pada PT.Pos dan SAP Express di Kabupaten Jember	Persamaan terletak pada kajian teori dan metode penelitian yang menggunakan metode kualitatif deskriptif.	terletak pada objek penelitian.
3.	Desi Ratna Sari	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan	sama-sama membahas tentang	Perbedaan penelitian terdahulu

		Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Go Jek (Studi Kasus Pada Mahasiswa IAIN Metro Pengguna Layanan Go Ride	pelayanan pada kepuasan konsumen Gojek.	terdapat di metode penelitian.
4.	Wisnu Mahendri dan Abdullah Fajarul Munir	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Jasa Transportasi Gojek Online Di Sidoarjo)	membahas tentang pelayanan antara gojek dan grab terhadap kepuasan pelanggan.	metode penelitian terdahulu menggunakan metode kuantitatif dengan metode survey.
5.	Wijaya Kusuma	Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Gojek Di Kota Surabaya	sama-sama meneliti tentang kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan pada jasa transportasi Gojek.	Peneliti terdahulu menggunakan metode kuantitatif deskriptif
6.	Gina Mauludia dan Intan Ratnasari	Analisis Komparatif Strategi Digital Marketing terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Transportasi Online Gojek dan Grab di	sama-sama meneliti tentang analisis komparatif transportasi online grab dan gojek.	Perbedaan penelitian terdapat di kajian teori dan metode penelitian. Penelitian terdahulu menggunakan metode kuantitatif

		Kabupaten Karawang		regresi linier
7.	Feti Fatimah Maulyan dan Devi Yuniati Drajat	Pengaruh Service Excellent Terhadap Citra Perusahaan dan Loyalitas Pelanggan: Tinjauan Teoritis	sama-sama meneliti tentang teori <i>service</i> <i>excellent</i> dan metode penelitian yang digunakan sama-sama menggunakan metode kualitatif.	Perbedaan penelitian terdapat di objek penelitian dan metode penelitian. Metode kualitatif yang digunakan peneliti terdahulu menggunakan kualitatif kajian penelitian terdahulu.
8.	Ghina Alhanani dan Budi Santoso	Dampak Service Excellent Terhadap Kepuasan Pelanggan Salon Strawbery	sama-sama meneliti tentang <i>service excellent</i> terhadap kepuasan pelanggan.	Perbedaan penelitian terdapat di objek penelitian dan metode penelitian yang digunakan. Metode penelitian terdahulu menggunakan metode kuantitatif
9.	Lenny Jomeira dan Djoko Dewantoro	Pengaruh Service Excellent terhadap Kepatuhan Formal Wajib Pajak Badan Pada KPP Pratama Gresik	Sama-sama meneliti tentang teori <i>service</i> <i>excellent</i> .	Perbedaan penelitian terdapat di objek penelitian dan metode penelitian.

10.	Titik Sri Winih	Analisis Pengaruh Pelayanan Prima ( <i>Service Excellent</i> ) Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Swalayan Ismart	Terletak pada kajian teori yang digunakan yaitu <i>service excellent</i> .	Perbedaan penelitian terdapat di objek penelitian dan metode penelitian.
-----	-----------------	---	--	--

Sumber : Data diolah dari penelitian terdahulu

## B. Kajian Teori

### 1. Pelayanan

Pelayanan pada dasarnya dapat didefinisikan sebagai aktifitas seseorang, sekelompok, atau organisasi baik langsung ataupun tidak langsung untuk memenuhi kebutuhan. Moenir mengatakan bahwa pelayanan merupakan proses pemenuhan kebutuhan melalui aktifitas orang lain secara langsung. Standar dalam pelayanan adalah ukuran yang telah ditentukan sebagai suatu pembakuan pelayanan yang baik. Dalam standar pelayanan ini juga terdapat mutu pelayanan, adapun mutu merupakan kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pihak yang menginginkan.<sup>26</sup>

### 2. Pelayanan prima

#### a. Pengertian pelayanan prima

Pelayanan prima merupakan terjemahan dari istilah *service excellent* yang berarti pelayanan yang sangat baik atau pelayanan yang terbaik. Disebut sangat baik atau terbaik, karena sesuai

<sup>26</sup> M Nur Rianto, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2010), 211-212.

dengan standar pelayanan yang berlaku atau dimiliki oleh instansi yang memberikan pelayanan dan juga memuaskan pelanggan.

Instansi pelayanan harus memiliki standar pelayanan yang dapat menjadi ukuran dalam memuaskan pelanggan. Pelayanan disebut sangat baik atau prima, apabila mampu memuaskan pihak yang dilayani (pelanggan).<sup>27</sup>

Pelayanan prima (*service excellent*) secara harfiah berarti pelayanan terbaik. Menurut Rahmayanti (2010) pelayanan prima adalah:

- 1) Pelayanan yang sangat baik dan melampaui harapan pelanggan
- 2) Pelayanan yang memiliki ciri khas kualitas (*quality nice*)
- 3) Pelayanan dengan standart kualitas yang tinggi dan selalu mengikuti perkembangan kebutuhan pelanggan setiap saat, secara konsisten dan akurat
- 4) Pelayanan yang memenuhi kebutuhan praktis (*practical needs*) pelanggan.<sup>28</sup>

Pelayanan prima adalah kepedulian kepada pelanggan dengan memberikan layanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan pemenuhan kebutuhan dan mewujudkan kepuasannya, agar mereka selalu loyal kepada organisasi / perusahaan.<sup>29</sup>

---

<sup>27</sup> Ibid, 211

<sup>28</sup> Nina Rahmayanty, *Manajemen Pelayanan Prima*. (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), 17.

<sup>29</sup> Atep Adya Barata, *Dasar-Dasar Pelayanan Prima* ( Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2006), 20.

b. Tujuan dan fungsi layanan prima

Menurut Daryanto, tujuan layanan prima sebagai berikut:

- 1) Untuk memberikan pelayanan yang bermutu tinggi kepada pelanggan
- 2) Untuk menimbulkan keputusan dari pihak pelanggan agar segera membeli barang/jasa pada saat itu juga
- 3) Untuk menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap barang/jasa yang ditawarkan
- 4) Untuk menghindari terjadinya tuntutan yang tidak perlu pada kemudian hari terhadap produsen
- 5) Untuk menciptakan kepuasan dan kepercayaan terhadap pelanggan
- 6) Untuk menjaga agar pelanggan merasa diperhatikan segala kebutuhannya
- 7) Untuk mempertahankan pelanggan.<sup>30</sup>

Fungsi pelayan prima sebagai berikut:

- a) Melayani pelanggan dengan ramah, cepat, dan tepat
- b) Menciptakan suasana agar pelanggan merasa di pentingkan
- c) Menempatkan pelanggan sebagai mitra usaha
- d) Menciptakan pangsa pasar yang baik terhadap produk/jasa
- e) Memenangkan persaingan pasar

<sup>30</sup> Daryanto dan Ismanto Setyobudi, *Konsumen dan Pelayanan Prima* (Yogyakarta: Gava Media, 2014), 1.



- f) Memuaskan pelanggan agar mau berbisnis kembali kepada pelanggan
  - g) Memberikan keuntungan kepada perusahaan.<sup>31</sup>
- c. Konsep pelayanan prima

konsep pelayanan prima timbul dari kreativitas para pelaku bisnis, yang kemudian di ikuti oleh organisasi-organisasi nirlaba dan instansi pemerintah, sehingga dewasa ini budaya pelayanan prima tidak lagi hanya milik dunia bisnis tetapi milik semua orang. Budaya pelayanan prima dapat di jadikan acuan dalam berbagai aspek kehidupan berumah tangga, bertetangga, berbangsa, bernegara, dan sebagainya.

Keberhasilan dalam mengembangkan dan melaksanakan pelayanan prima tidak terlepas dari kemampuan dalam pemilihan konsep pendekatannya ada yang mengembangkan pola prima berdasarkan konsep A6 yaitu *Ability* (kemampuan), *Attitude* (sikap), *Appearance* (penampilan), *Attention* (perhatian), *Action* (tindakan), *Accountability* (tanggung jawab).

Berikut ini penjelasan mengenai konsep pelayanan prima:

- 1) Kemampuan (*ability*)

Kemampuan (*Ability*) memiliki pengertian pengetahuan serta ketrampilan tertentu yang mutlak di perlukan dalam hal menunjang program layanan prima, yang meliputi kemampuan

---

<sup>31</sup> Ibid, 2

dalam bidang kerja yang ditekuni, mengembangkan motivasi, melaksanakan komunikasi yang efektif dengan pelanggan, serta menggunakan *public relation* guna untuk instrument dalam membina hubungan dengan para pelanggan, sehingga menciptakan kepuasan pelanggan.<sup>32</sup>

Menurut Atep Barara Adya bahwa indikator dari kemampuan (*ability*) sebagai berikut:

- a) Karyawan mengetahui kebutuhan pelanggan
- b) Karyawan menggunakan *public relation* untuk berkomunikasi dengan pelanggan
- c) Karyawan menggunakan komunikasi yang efektif saat berkomunikasi dengan pelanggan.

## 2). Sikap (*attitude*)

Sikap (*attitude*) adalah perilaku atau perangai yang harus ditonjolkan ketika menghadapi pelanggan. Sikap mencerminkan perilaku atau gerak-gerik yang terlihat pada diri seseorang ketika dia menghadapi situasi tertentu atau ketika berhadapan dengan orang lain. Sikap bukanlah yang dibawa sejak lahir, sebab pemunculan sikap dalam diri seseorang dapat terbentuk karena adanya interaksi orang yang bersangkutan dengan berbagai hal di dalam lingkungan hidupnya.<sup>33</sup>

<sup>32</sup> Atep Adya Barata, *Dasar-Dasar Pelayanan Prima* ( Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2006), 31.

<sup>33</sup> Ibid, 31

Sikap konsumen adalah faktor penting yang mempengaruhi Konsumen. Konsep sikap sangat terikat dengan kepercayaan dan perilaku. Sikap merupakan ungkapan perasaan konsumen tentang suatu objek apakah disukai atau tidak.<sup>34</sup>

Sikap adalah suatu prediksi posisi untuk melakukan perbuatan, suatu keadaan siap untuk bertindak dengan cara tertentu. Sikap adalah keadaan umum pada individu yang mengacu keberbagai cara bertingkah laku. Dengan kata lain, tingkah laku seseorang adalah konsisten dengan sikapnya, seperti sikap menyukai, berteman, membantu, menghormati dan sebagainya.<sup>35</sup>

Menurut Atep Adya Barata attitude memiliki indikator sebagai berikut:

- a. Melayani pelanggan dengan penampilan (*Performance*) yang sopan dan serasi dalam hal penampilan.
- b. Melayani pelanggan dengan positif dan logis.
- c. Melayani pelanggan dengan sikap menghargai.

### 3). Penampilan (*appereance*)

Penampilan (*Appereance*) adalah penampilan seseorang baik yang bersifat fisik saja maupun fisik atau non fisik, yang

<sup>34</sup> Agustina Shinta, *Manajemen Pemasaran* (Malang: Universitas Brawijaya Press, 2011), 41.

<sup>35</sup> Oemar Hamalik, *Media Pendidikan* Cetakan ke VI. (Bandung: Citra Aditya, 1993), 110.

mampu merefleksikan kepercayaan diri dan kredibilitas dari pihak lain.<sup>36</sup>

Sedangkan, menurut Rozali bahwa penampilan fisik disini adalah cara berpakaian atau berhias, dan ekspresi wajah. Sedangkan yang non fisik lebih kepada kepribadian dari yang memberikan pelayanan serta ketulusan hati dalam memberikan pelayanan yang nantinya akan terpancar pada ekspresi wajah.<sup>37</sup>

#### 4). Perhatian (*attention*)

Menurut Barata perhatian (*Attention*) adalah kepedulian penuh kepada pelanggan, baik yang berkaitan dengan perhatian akan kebutuhan dan keinginan pelanggan maupun pemahaman atas saran dan kritiknya, yang meliputi mendengarkan dan memahami secara sungguh-sungguh kebutuhan para pelanggan, mengamati dan menghargai perilaku para pelanggan, dan mencurahkan perhatian penuh kepada pelanggan.<sup>38</sup>

#### 5). Tindakan (*action*)

Tindakan (*Action*) adalah berbagai kegiatan nyata yang harus dilakukan dalam memberikan layanan kepada pelanggannya, yang meliputi mencatat setiap pesanan para

<sup>36</sup> Atep Barata Adya, *Dasar-Dasar Pelayanan Prima* (PT. Elex Elex Media Komputindo, 2003), 31

<sup>37</sup> Rozali, Yuli Azmi, *Implementasi Kecerdasan Emosional Pelanggan, dan Mencurahkan Perhatian Penuh Kepada Pelanggan Dalam Pelayanan Prima (Service Excellent)*, Fakultas Psikologi Universitas Indonesia Esa Unggul, Jakarta: jurnal: Forum Ilmiah Indonusa. Vol 5 No 2 Mei 2018., 96.

<sup>38</sup> Atep Barata Adya, *Dasar-Dasar Pelayanan Prima* (PT. Elex Elex Media Komputindo, 2003), 31.

pelanggan, mencatat kebutuhan para pelanggan, menegaskan kembali kebutuhan para pelanggannya, mewujudkan kebutuhan para pelanggan, dan menyatakan terimakasih dengan harapan pelanggan mau kembali.<sup>39</sup>

6). Tanggung jawab (*accountability*)

Tanggung Jawab (*Accountability*) adalah suatu sikap keberpihakan kepada pelanggan sebagai wujud kepedulian untuk mendengarkan atau meminimalkan kerugian atau ketidakpuasan pelanggan.

d. Prinsip pelayanan prima

Adapun prinsip pelayanan prima menurut Bintoro sebagai berikut:

- 1). Melayani itu ibadah dan karenanya harus ada rasa cinta dan semangat yang membara di dalam hati pada setiap tindakan pelayanan kita kepada orang lain.
- 2). Member dahulu dan anda akan menerima ROSE (*Return on service Excellent*).
- 3). Mengerti orang lain terlebih dahulu sebelum ingin dimengerti.
- 4). Bahagiakanlah orang lain terlebih dahulu, dan kelak anda akan menerima kebahagiaan melebihi dari apa yang anda harapkan.
- 5). Menghargai orang lain.

---

<sup>39</sup> Ibid, 31.

6). Lakukanlah empati yang sangat mendalam dan tumbuhkan sinergi.<sup>40</sup>

e. Pentingnya pelayanan prima

Adapun pentingnya pelayanan prima bagi pelanggan internal maupun pelanggan eksternal, diantaranya adalah sebagai berikut ini:

1). pentingnya pelayanan bagi pelanggan internal

Pelanggan internal adalah orang-orang yang terlibat dalam proses produksi barang atau jasa yang dihasilkan perusahaan. Perusahaan harus memberikan layanan prima di lingkungan internal. Perusahaan harus saling memberikan fasilitas, baik kepada sesama karyawan, atasan maupun bawahan, dengan tujuan untuk mendukung kelancaran proses produksi barang atau pembentukan jasa sehingga dapat menunjang kelangsungan perusahaan dalam rangka mewujudkan pelayanan prima bagi pelanggan eksternal.

2). pentingnya pelayanan eksternal

Bahwa dengan memberikan pelayanan prima kepada pelanggan eksternal, diharapkan ada peningkatan loyalitas pelanggan eksternal terhadap perusahaan, sehingga perusahaan akan mampu memelihara dan meningkatkan penjualan barang

---

<sup>40</sup> Bintoro, *Konsumen dan Pelayanan Prima* Cetakan 1 (Yogyakarta:Gava Media, 2014), 117.

atau jasa dan sekaligus dapat meraih keuntungan yang diharapkan.<sup>41</sup>

f. Dimensi pelayanan prima (*servis excellent*)

Adapun dimensi-dimensi pelayanan prima (*service excellent*) sebagai berikut:

- 1) Ketepatan waktu pelayanan berkaitan dengan waktu tunggu dan proses.
- 2) Kualitas pelayanan berkaitan dengan akurasi atau ketepatan pelayanan Kualitas pelayanan berkaitan dengan kesopanan dan keramahan pelaku bisnis.
- 3) Kualitas pelayanan berkaitan dengan tanggung jawab dalam penanganan keluhan pelanggan.
- 4) Kualitas pelayanan berkaitan dengan lokasi, ruangan tempat pelayanan, tempat parkir, ketersediaan informasi dan petunjuk/ panduan lainnya.
- 5) Kualitas pelayanan berkaitan dengan sedikit banyaknya petugas yang melayani serta fasilitas pendukung lainnya.
- 6) Kualitas pelayanan berhubungan dengan kondisi lingkungan, kebersihan ruangan, ruang tunggu, fasilitas misic, AC. Alat komunikasi dan lain-lain.<sup>42</sup>

<sup>41</sup> Atep Barata Adya, *Dasar-Dasar Pelayanan Prima* (PT. Elex Elex Media Komputindo, 2003), 34.

<sup>42</sup> Maddy, Khairul, *Hakikat dan Pengertian Pelayanan Prima*( Jakarta ; Chama Digit ),2009, 150.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Metode Penelitian

Metode memiliki peran yang sangat penting dalam menjalankan proses penelitian agar hasil penelitian yang diperoleh dapat dianggap valid dan dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah. Penelitian, di sisi lain, merujuk pada kegiatan yang bertujuan untuk menemukan, mencatat, merumuskan, dan menganalisis data sampai laporan hasil penelitian dapat disusun dan diselesaikan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengumpulkan data atau mencapai kesimpulan yang berkaitan dengan fenomena tertentu dalam dunia nyata.<sup>43</sup>

Menurut Arikunto, metode penelitian merujuk kepada strategi yang digunakan oleh peneliti untuk menghimpun data dalam penelitiannya, baik melalui wawancara (interview), angket, pengamatan (observasi), tes, atau pun melalui dokumentasi.<sup>44</sup>

Dalam penjelasan di atas, metode penelitian dapat diartikan sebagai serangkaian langkah-langkah yang terencana dan sistematis untuk mengumpulkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Langkah-langkah ini saling mendukung satu sama lain dan secara keseluruhan membentuk suatu keterkaitan yang jelas.<sup>45</sup>

---

<sup>43</sup> Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007), 91.

<sup>44</sup> Arikunto, *Prosedur Penelitian* (Jakarta: Rineka Cipta, 2002), 136.

<sup>45</sup> Ida Bagoes Mantra, *Filsafat Penelitian dan Metode Penelitian Sosial*, (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2008), 45.



## **B. Pendekatan dan Jenis Penelitian**

Penelitian ini mengadopsi metode kualitatif dengan sifat deskriptif. Metode tersebut menghasilkan data deskriptif melalui kata-kata tertulis atau lisan yang mencerminkan individu atau perilaku yang dapat di observasi.

Lebih fokus pada jenis data yang dikumpulkan, yakni data deskriptif kualitatif. Dengan demikian, penelitian kualitatif bertujuan untuk mendapatkan data deskriptif dan menggali makna dari suatu fenomena berdasarkan fakta-fakta yang ada.<sup>46</sup>

Peneliti memanfaatkan metode kualitatif guna memungkinkan mereka untuk secara langsung mendekati lapangan, dengan tujuan memahami fenomena-fenomena yang terjadi di Kabupaten Jember. Penelitian ini melibatkan analisis komparatif *service excellent* pada pengguna layanan Gojek dan Grab.

## **C. Lokasi Penelitian**

Penelitian dilakukan di lokasi tertentu untuk menunjukkan tempat pelaksanaan penelitian tersebut. Daerah yang menjadi fokus tempat penelitian yakni di kawasan Kota Jember.

## **D. Subjek Penelitian**

Dalam penelitian ini, subjek penelitian dipilih secara purposive. Purposive merupakan metode untuk memilih informan sumber data dengan pertimbangan khusus. Pertimbangan ini dapat berupa pengetahuan yang luas mengenai harapan penelitian atau kedudukan sebagai penguasa yang

---

<sup>46</sup> M. Djamal, *Paradigma Penelitian Kualitatif* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015), 9.

memudahkan peneliti dalam mengeksplorasi objek atau situasi sosial yang sedang diteliti dengan metode purposive. Dengan menggunakan metode ini, data yang terkumpul melibatkan pihak yang dianggap paling berpengetahuan dan memahami tentang hal-hal yang ada di lokasi penelitian, sehingga mencakup variasi yang lengkap.<sup>47</sup>

Dalam penelitian ini subyek yang dijadikan informan sebagai berikut:

- a. Fatkhul Qorib selaku driver Grab di Kabupaten Jember
- b. Mohammad Arif selaku driver Gojek di Kabupaten Jember
- c. Chintya selaku pengguna aplikasi Grab di Kabupaten Jember
- d. Nafik selaku pengguna aplikasi Grab di Kabupaten Jember
- e. Vivin selaku pengguna aplikasi Grab di Kabupaten Jember
- f. Ulik selaku pengguna aplikasi Grab di Kabupaten Jember
- g. Dira selaku pengguna aplikasi Gojek di Kabupaten Jember
- h. Ajeng selaku pengguna aplikasi Gojek di Kabupaten Jember
- i. Rofita selaku pengguna aplikasi Gojek di Kabupaten Jember
- j. Elok selaku pengguna aplikasi Gojek di Kabupaten Jember

#### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Dalam penelitian kualitatif, pengumpulan data dilakukan pada *natural setting* (kondisi yang alamiah) dan sumber data primer dan teknik pengumpulan data lebih banyak pada observasi berperan serta (*participant observation*), wawancara mendalam (*in depth interview*) dan dokumentasi.<sup>48</sup>

---

<sup>47</sup> Lexy J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2009), 157.

<sup>48</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2017), 225.

Untuk memperoleh data-data yang dapat dipertanggung jawabkan, maka peneliti menggunakan teknik sebagai berikut :

#### 1. Observasi

Observasi merupakan metode pengumpulan data melalui pengamatan perilaku dalam situasi tertentu kemudian mencatat peristiwa yang diamati dengan sistematis dan memaknai peristiwa yang diamati.<sup>49</sup>

Seorang peneliti diharuskan melakukan tindakan pengamatan terhadap tindakan dan perilaku sumber data di lapangan dan kemudian mencatat dan merekamnya sebagai bahan utama untuk di analisis.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan observasi partisipan. Dimana pada pengertiannya peneliti ikut serta dalam melakukan kegiatan yang dilakukan oleh sumber data, seperti naik gojek.

#### 2. Wawancara

Wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab, sambil bertatap muka antara si penanya dan pewawancara dengan si penjawab dengan menggunakan alat yang dinamakan *interview guide* (panduan wawancara).<sup>50</sup>

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan cara tanya jawab sambil tatap muka antara peneliti dengan informan untuk memperoleh data dan keterangan. Dalam melakukan wawancara peneliti menanyakan beberapa pertanyaan untuk mencari data sebagai berikut:

---

<sup>49</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2017), 105

<sup>50</sup> Moh Nazir, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1998), 234.

- a. Apa persamaan service excellent dari Gojek dan Grab?
  - b. Apa perbedaan service excellent dari Gojek dan Grab?
3. Dokumentasi

Metode dokumentasi, sebagai salah satu metode penting selain yang lainnya, melibatkan pencarian data mengenai hal-hal atau variabel melalui catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen, rapat, lengger, agenda, dan sejenisnya. Dokumen dapat berwujud tulisan, gambar, atau karya monumental individu.<sup>51</sup>

Pada penelitian ini dokumentasi berupa foto, catatan, dan rekaman yang dilakukan pada saat penelitian berlangsung di daerah kawasan pekotaan Jember.

#### **F. Analisis Data**

Analisis data menurut Bogdan dan Biklen dalam bukunya Moleong adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari dan memutuskan apa yang dapat diceritakan terhadap orang lain. Proses analisis data dimulai dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber, yaitu dari wawancara, pengamatan yang telah diperoleh baik itu catatan lapangan, dokumen pribadi, dokumen resmi, gambar, foto, dan sebagainya.<sup>52</sup>

<sup>51</sup> Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 240.

<sup>52</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rodakarya, 2011), 248.

Adapun langkah-langkah dalam teknik analisis data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. *Data Reduction* (Reduksi Data)

Reduksi data merupakan merangkum data yang diperoleh dari lapangan selama terjun kelapangan dengan cara memillih-milih data yang dianggap penting, memfokuskan data yang dipilih sesuai dengan tema yang hendak diteliti. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang jelas untuk mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data dan juga mempermudah peneliti untuk mencari data kembali jika diperlukan.<sup>53</sup>

Dalam penelitian ini peneliti akan merangkum data observasi selama berada di lokasi penelitian, wawancara dengan beberapa narasumber, yaitu para pelanggan pengguna aplikasi Gojek dan Grab.

b. *Data Display* (penyajian data)

Setelah mereduksi data adalah penyajian data. Penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk uraian yang singkat atau bagan yang dapat mempermudah peneliti untuk membacanya. Namun selama penelitian berlanjut data display dapat mengalami perkembangan, sehingga peneliti harus selalu menguji apa yang telah ditemukan saat memasuki lapangan. Jika selama terjun kelapangan tidak menemukan fenomena baru yang dapat merubah data yang telah diperoleh sejakawal , maka data yang

---

<sup>53</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016), 247.

diperoleh tersebut menjadi baku. Setelah itu data yang diperoleh tersebut disajikan pada laporan akhir penelitian.<sup>54</sup>

c. *Conclusion Drawing/ verification*

Kesimpulan pada awal penelitian itu bersifat sementara dan akan mengalami perkembangan selama terjun kelapangan dan menemukan bukti-bukti yang kuat untuk pengumpulan data berikutnya. Namun apabila penelitian yang awal tidak menemukan bukti-bukti yang baru sehingga merubah data yang didukung oleh bukti yang valid dan konsisten selama terjun kelapangan, maka kesimpulan yang diperoleh adalah kesimpulan yang kredibel.<sup>55</sup>

Tahap akhir yang akan dilakukan peneliti adalah menyimpulkan hasil akhir penelitian berupa data yang diperoleh dari observasi di lapangan, dokumentasi dan khususnya wawancara kepada narasumber.

## G. Keabsahan Data

Keabsahan data pada penelitian ini menggunakan triangulasi.

Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar dan itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembandingan terhadap data. Teknik triangulasi sumber yaitu suatu teknik yang digunakan untuk menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Data dari beberapa sumber tersebut dideskripsikan, dikategorisasikan, mana pandangan yang sama, yang berbeda, dan mana yang spesifik dari tiga sumber tersebut.

---

<sup>54</sup> Ibid., 249

<sup>55</sup> Ibid., 252.

Data yang telah dianalisis oleh peneliti sehingga menghasilkan suatu kesimpulan selanjutnya dimintakan kesepakatan (*member check*) dengan beberapa sumber data tersebut.<sup>56</sup>

Teknik triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini ada dua cara yaitu:

- a. Triangulasi sumber, mengoreksi kembali kebenaran dari sumber informasi, seperti membandingkan hasil data yang diperoleh dari wawancara singkat dengan informan satu dengan informan lainnya, yaitu pelaku pengguna aplikasi Gojek dan Grab.
- b. Triangulasi metode, membandingkan perolehan data dari teknik pengumpulan data yang sama dengan sumber data yang berbeda. Seperti membandingkan hasil data yang didapat dari teknik observasi dengan wawancara pada pelaku pengguna aplikasi Gojek dan Grab.

#### **H. Tahap – tahap Penelitian**

Tahapan-tahapan yang dimaksud dengan peneliti ini yaitu berkaitan dengan proses pelaksanaan penelitian. Tahapan-tahapan penelitian yang peneliti lakukan terdiri dari tahapan pra lapangan, tahapan pelaksanaan penelitian dan tahapan penyelesaian. Berikut penjelasannya: Tahap pra lapangan.

- a. Tahap pra lapangan

Tahap pra lapangan adalah tahap dimana peneliti mencari gambaran permasalahan dan latar belakang serta referensi yang terkait

---

<sup>56</sup> Ibid., 274.

dengan tema sebelum terjun ke lapangan. Tahap pra lapangan ini terdapat lima tahapan adalah sebagai berikut:

- 1). Menyusun pelaksanaan penelitian
- 2). Memilih lokasi penelitian
- 3). Mengurus surat perizinan penelitian
- 4). Memilih dan memanfaatkan informan
- 5). Menyiapkan perlengkapan penelitian.<sup>57</sup>

b. Tahap pelaksanaan lapangan

Dalam tahap ini peneliti melakukan penelitian ke lapangan dengan beberapa tahapan, yaitu memasuki lapangan untuk melihat, memantau dan meninjau lokasi penelitian. Peneliti mulai mengumpulkan data-data dengan alat yang sudah disediakan baik itu secara tertulis, rekaman, maupun dokumentasi. Dari perolehan data tersebut yang belum lengkap akan disempurnakan oleh peneliti agar segera diproses untuk mendapatkan informasi mengenai objek penelitian.

c. Tahap analisis data

Pada tahap ini peneliti melakukan analisis data yang diperoleh selama penelitian berlangsung selama peneliti terjun ke lapangan. Peneliti melakukan analisis terhadap beberapa jenis data yang sudah diperoleh dengan cara observasi dan wawancara. Dalam tahap ini peneliti mengkonfirmasi kembali data yang diperoleh dari lapangan dengan teori yang digunakan dalam penelitian.

---

<sup>57</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rodakarya, 2011), 330.



## BAB IV

### PEMBAHASAN DAN ANALISIS

#### A. Gambaran Umum Objek Penelitian

##### 1. Gambaran Umum Kota Jember

Sebagai salah satu tempat bisnis transportasi online Kota Jember menjadi salah satu tempat untuk mengembangkan bisnis bagi perusahaan transportasi online. Kota Jember merupakan tempat yang strategis untuk mengembangkan bisnis karena menjadi pusat bisnis dan pusat para pelajar.

Sebagai pusat bisnis dan pusat para pelajar, kota Jember menjadi salah satu pilihan para pendatang dari berbagai wilayah untuk mengembangkan bisnis ataupun sebagai pelajar. Dengan bertambahnya penduduk di kota Jember maka berkembangnya juga bisnis transportasi online.

Pelajar, pegawai, pedagang, dan masyarakat umum menginginkan kemudahan dan kecepatan dalam mendapatkan transportasi yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan mereka tanpa harus pergi ke jalan raya, terminal, ataupun pangkalan ojek.<sup>58</sup>

Perusahaan transportasi online yang pertama masuk di kota Jember yakni Gojek lalu disusul oleh Grab yang memiliki kesamaan pada fasilitas pelayanan yang ditawarkan. Dengan kesamaan fasilitas pelayanan Gojek dan Grab harus mampu memberikan pelayanan prima

---

<sup>58</sup> Thoybah, ahmad suharto, "Perbandingan Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kepuasan Konsumen Gojek Dan Grab Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember" jurnal UM Jember, Jember,2020.

bagi para konsumen pengguna jasa transportasi online agar menarik minat konsumen dan mempertahankan mereka untuk menjadi pelanggan setia jasa transportasi mereka.

## 2. Letak Geografis

Kota Jember terbagi menjadi 3 kecamatan dengan 22 kelurahan. Kota Jember berada di tengah-tengah wilayah Tapal Kuda Provinsi Jawa Timur sehingga menjadikan Jember sebagai tempat strategis dari berbagai kantor perwakilan pemerintah.

Batas –batas kota Jember yakni:

- a. Sebelah utara: kecamatan Arjasa
- b. Sebelah timur: kecamatan Pakusari
- c. Sebelah selatan: kecamatan Ajung
- d. Sebelah barat: kecamatan Sukorambi

## 3. Gambaran Umum Gojek Indonesia

Tahun 2010, Nadiem Makarim mendirikan PT. Gojek Indonesia yang merupakan perusahaan yang bergerak di bidang transportasi. Awalnya transportasi menggunakan kendaraan roda dua, siap menerima panggilan melalui telepon menggunakan aplikasi. Dengan perkembangan yang pesat, Gojek kini telah menjadi platform dan aplikasi mobile terkemuka yang menawarkan berbagai layanan on-

demand lengkap. Selain transportasi dan logistik, Gojek juga menyediakan layanan pembayaran, pengiriman makanan.<sup>59</sup>

Gojek merupakan sebuah perusahaan teknologi yang memiliki fokus pada aspek sosial, yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan pekerja di sektor informal di Indonesia. Gojek menjalin kemitraan dengan pengendara ojek yang memiliki pengalaman. Aktivitas utama Gojek didasarkan pada 3 nilai inti, yaitu kecepatan, inovasi, dan dampak sosial.

Gojek sudah memulai kegiatan di 25 kota utama di Indonesia, termasuk Medan, Batam, Palembang, Pekanbaru, Jambi, Padang, Bandar Lampung, Jabodetabek, Bandung, Sukabumi, Yogyakarta, Semarang, Pontianak, Banjarmasin, Manado, Makassar, Denpasar, dan Mataram. Perusahaan ini juga merencanakan untuk mengembangkan layanannya ke kota-kota lain pada tahun depan. Adapun layanan yang diberikan oleh PT. Gojek Indonesia, yaitu Goride, Gocar, Gofood, Gobluebird, Gosend, Gopulsa, Gowin, Goshop, Gomart, Gotix, gobox, Gomassage, Goclean, Goglam, Gomart, Gobus.

Visi PT. Gojek Indonesia membantu memperbaiki struktur transportasi di Indonesia, memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam melaksanakan kegiatan sehari-hari seperti pengiriman dokumen,

---

<sup>59</sup> Wikipedia. "Pengertian Gojek". <https://id.wikipedia.org/wiki/Gojek>. Diakses pada Hari Kamis, 26 oktober 2023 pukul 10.00 WIB.

belanja harian dengan menggunakan jasa kurir, serta turut mensejahterakan kehidupan tukang ojek di Indonesia.

Misi PT. Gojek Indonesia adalah sebagai berikut:

- a. Menjadi acuan pelaksanaan kepatuhan dan tata kelola struktur transportasi yang baik dengan menggunakan kemajuan teknologi.
  - b. Memberikan layanan prima dan solusi yang bernilai tambah kepada pelanggan.
  - c. Membuka lapangan kerja selebar-lebarnya bagi masyarakat Indonesia.
  - d. Meningkatkan kepedulian dan tanggung jawab terhadap lingkungan dan sosial.
  - e. Menjaga hubungan baik dengan berbagai pihak yang terkait dengan usaha ojek Online.
4. Gambaran Umum Grab Indonesia

Sebelumnya dikenal sebagai Grabtaxi, Grab adalah sebuah platform O2O yang berbasis di Singapura dan umumnya digunakan di

Asia Tenggara. Dalam platform ini, berbagai layanan sehari-hari seperti perjalanan, pesan-antar makanan, pengiriman barang, dan pembayaran menggunakan dompet digital disediakan kepada pelanggan. Grab saat ini menawarkan layanan mereka di beberapa negara di Asia Tenggara, termasuk Singapura, Indonesia, Filipina, Malaysia, Thailand, Vietnam, Myanmar, Kamboja, dan Indonesia. Perusahaan ini percaya bahwa setiap individu di wilayah tersebut harus

merasakan manfaat dari ekonomi digital, dan oleh karena itu, mereka memberikan akses kepada layanan transportasi yang aman dan terjangkau, pesan-antar makanan, pengiriman barang, serta pembayaran mobile dan finansial. Selain itu, Grab juga diakui sebagai "decacorn," istilah yang mengacu pada startup dengan valuasi perusahaan sebesar US\$10 miliar, atau 10 kali lipat dari "unicorn," yang menjadikan mereka sebagai perusahaan pertama di Asia Tenggara yang mencapai prestasi tersebut.<sup>60</sup>

Baru-baru ini, Grab meluncurkan layanan inovatif bernama Grab gerak. Layanan ini dirancang khusus untuk membantu para penyandang disabilitas agar dapat bergerak dengan lebih mudah dan memperoleh akses yang lebih luas dalam menjalankan aktivitas sehari-hari. Grab gerak menjadi solusi pertama yang diperkenalkan oleh Grab untuk mengatasi tantangan mobilitas yang dihadapi oleh penyandang disabilitas. Dengan layanan ini, Grab berkomitmen untuk memberikan pengalaman transportasi yang inklusif dan memperluas kesempatan bagi semua individu untuk menikmati kemerdekaan bergerak dengan lebih mandiri.

Pada tahun 2018, Grab merekrut seorang bankir bernama John Chua, yang sebelumnya bekerja di Lehman Brothers. Rekrutan ini menunjukkan fokus Grab untuk menghadirkan keahlian dan pengalaman yang beragam dalam upaya memperkuat perusahaan. John

---

<sup>60</sup> Wikipedia. "Pengertian Grab. <https://id.wikipedia.org/wiki/Grab>. Diakses pada Hari Kamis 26 Oktober 2023 Pukul 10.30 WIB.

Chua membawa pengetahuan dan wawasan ke dalam tim Grab, membantu mendorong inovasi dan pertumbuhan perusahaan. Dalam upaya membangun platform transportasi terkemuka di Asia Tenggara, Grab terus berinvestasi dalam sumber daya manusia yang berkualitas untuk menghadapi tantangan yang ada dan mencapai tujuan yang lebih besar, yaitu membuat Asia Tenggara menjadi tempat yang lebih baik dengan memberikan layanan transportasi yang aman, nyaman, dan dapat diakses oleh semua orang.

Anthony Tan, seorang mahasiswa di Harvard Business School, Amerika Serikat, saat itu mendengar cerita dari teman sekelasnya mengenai kesulitan mendapatkan taksi di Malaysia. Dia mengingat perkataan temannya tentang negara asalnya tiga tahun sebelumnya dan bertanya, "Ada apa dengan sistem taksi?" (seperti dikutip dari Bloomberg). Temannya juga menekankan, "Kakek buyutmu adalah seorang sopir taksi, kakekmu memulai industri otomotif Jepang di Malaysia, mari kita lakukan sesuatu tentang ini."

Anthony adalah anak dari keluarga konglomerat di Malaysia. Ayahnya, Tan Heng Chew, adalah pemilik perusahaan Tan Chong Motor Holdings Bhd, yang saat ini menjadi distributor tunggal mobil Nissan di Malaysia. Sebagai anak bungsu dari tiga bersaudara, setelah lulus dari University of Chicago pada tahun 2004, Anthony bergabung dengan perusahaan keluarga. Sementara itu, kedua kakaknya memilih untuk bekerja di perusahaan keluarga juga.

Anthony melanjutkan studinya di Harvard Business School untuk meraih gelar Master of Business Administration (MBA) dari tahun 2009 hingga 2011. Pada tahun 2012, Anthony mengembangkan rencana bisnis yang serupa dengan layanan Uber. Pada tahun yang sama, Anthony keluar dari bisnis keluarga untuk membangun Grabtaxi, sebuah aplikasi yang awalnya dirancang untuk mendukung perusahaan taksi, namun kemudian mengganggu industri taksi itu sendiri. Grabtaxi menjadi aplikasi yang menghubungkan penumpang dengan pengemudi taksi dari berbagai perusahaan. Di Indonesia, Express dan Putra menjadi mitra Grabtaxi. Perusahaan ini didukung oleh investor perorangan dan modal ventura. Namun, Anthony memilih Singapura sebagai lokasi kantor pusat Grabtaxi, bukan Malaysia sebagai negara asalnya.

Visi PT. Grab untuk menjadi terdepan di Asia Tenggara dengan memecahkan permasalahan transportasi yang ada serta memberikan kemudahan mobilitas pada 620 juta orang di Asia Tenggara setiap harinya.

Misi PT Grab adalah sebagai berikut:

- a. Membuat platform transportasi paling aman.
- b. Membuat semua orang dapat mengakses pelayanan transportasi yang baik.
- c. Meningkatkan taraf hidup mitra Grab.
- d. Menjadi penyedia layanan paling aman di Asia Tenggara.

- e. Memberikan layanan yang mudah diakses oleh semua orang.
- f. Meningkatkan kehidupan para mitra, baik pengemudi maupun penumpang.

## B. Penyajian Data dan analisis

Setiap penelitian haruslah disertai dengan penyajian data sebagai penguat dalam penelitian. Sebab data inilah yang dianalisis, sehingga dari data yang dianalisis tersebut akan menghasilkan kesimpulan dalam penelitian ini.

Sesuai dengan teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini, maka peneliti akan menyajikan dua macam pengumpulan data yaitu hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti kemudian diperkuat dengan hasil wawancara. Berdasarkan hasil penelitian, maka akan diuraikan data-data tentang studi komparasi *service excellent* antara pengguna Gojek dan Grab di Kota Jember.

Sebagaimana perumusan masalah yang telah di paparkan maka penelitian ini hanya akan berfokus pada pembahasan mengenai 1) apa persamaan *service excellent* antara pengguna aplikasi Gojek dan Grab? Dan 2) apa perbedaan *service excellent* antara pengguna aplikasi Gojek dan Grab?

Untuk memperjelas hasil penelitian ini, maka akan disajikan data yang diperoleh baik yang melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi sebagai berikut:



## 1. Persamaan *service excellent* antara pengguna aplikasi Gojek dan Grab di kota Jember

Dari observasi dan penelitian yang dilakukan oleh peneliti pada objek penelitian, terdapat beberapa persamaan *service excellent* yang diberikan oleh Gojek dan Grab terhadap penggunaannya antara lain pada segi pelayanan secara langsung yang diberikan oleh *driver* terhadap pelanggan. Gojek dan Grab tentunya memiliki standar masing-masing dalam pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Untuk memberikan pelayanan prima terhadap pelanggan terdapat beberapa aspek yang harus dipenuhi antara lain

### a. Kemampuan

Gojek dan Grab selaku pihak pemberi jasa diantaranya adalah aspek kemampuan (*ability*). Gojek dalam memilih *driver* menentukan beberapa standar yang harus dipenuhi seperti kelengkapan surat-surat, kemampuan mengemudi, kemampuan berkomunikasi, dsb. Begitupula dengan Grab juga menentukan beberapa kriteria untuk calon drivernya. Sebagaimana disampaikan oleh Saudara Fathul Qorib selaku driver Grab:

“Untuk menjadi driver Grab itu ada beberapa syarat, *mbak*. Seperti pendaftaran akun secara online, kelengkapan data seperti KTP, SIM, SKCK, dan STNK. Nanti biasanya akan ditinjau oleh pihak Grab sebelum kemudian diverifikasi melalui sms terus cara berkomunikasi kepada pelanggan juga diusahakan sebaik mungkin agar penilaian kita juga baik ”.

<sup>61</sup>

---

<sup>61</sup> Fatkhul, wawancara, Jember, 18 November, 2023

Pernyataan tersebut sama halnya yang disampaikan oleh

Moh. Arief selaku driver Gojek:

“kalau masalah pendaftaran sama saja dengan daftar Grab, mbak. Kaya daftar online, upload foto, dokumen-dookumen seperti SIM dan lain-lain nah kalau masalah kemampuan ya komunikasi yang penting biar bisa tau ditail tujuannya”<sup>62</sup>

Pernyataan tersebut juga diperkuat oleh Ulik sebagai pengguna aplikasi Grab:

“untuk masalah kemampuan komunikasi ya mbak *driver* Grab sih pasti nanyain tujuan kita sesuai apa belum terus titik penjemputan kita sudah sesuai apa belum.”<sup>63</sup>

Pertanyaan tersebut juga diperkuat oleh Elok selaku pengguna aplikasi Gojek:

“tentang kemampuan komunikasi selama saya menggunakan aplikasi Gojek ya orangnya kebanyakan ramah-ramah sama sih mbak nanyain titik penjemputan sudah sesuai apa belum terus orangnya juga telfon kalau sudah sampai.”<sup>64</sup>

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa kemampuan berkendara menjadi aspek utama dalam pelayanan driver terhadap penumpang karena berkaitan langsung dengan keselamatan penumpang. Selain kemampuan dalam berkendara, kemampuan dalam pelayanan dan komunikasi dengan pelanggan juga menjadi aspek penting yang harus dimiliki driver. Untuk itu kedua aplikasi ojek online diatas sama-sama memberlakukan

---

<sup>62</sup> Arif, wawancara, Jember, 19, November, 2023

<sup>63</sup> Ulik, wawancara, Jember, 18 November, 2023

<sup>64</sup> Elok, wawancara, Jember, 18 November, 2023

beberapa syarat untuk merekrut driver untuk memastikan kualitas yang dimiliki drivernya.

#### **b. Sikap**

Selain kemampuan, Sikap juga merupakan salah satu konsep pelayanan prima yang harus diperhatikan oleh pihak pemberi jasa kepada pelanggan. Sikap dapat dinilai oleh pelanggan secara langsung melalui interaksi dalam proses pemberian jasa. Sebagaimana disampaikan oleh Saudari Chintiya selaku pengguna aplikasi Grab:

“selama ini memang saya pelanggan setia Grab, karena memang secinta itu mbak ke Grab. Menurut saya Grab benar-benar menjaga kualitas para drivernya. Dari segi penampilan sudah terbilang rapi lah mbak sesuai SOP, cara melayani juga bagus baik dari segi bicara atau caranya mengendarai motor selama di perjalanan. Kalau di Grabfood (layanan Grab dalam memesan makanan) biasanya kan ada tuh restoran yang antri, biasanya pihak driver nanti ngabarin kalau ada kendala antri atau macet di jalan. Sejauh ini driver Grab kebanyakan tepat waktu, walaupun telat mereka selalu minta maaf dan mengkonfirmasi sebelumnya”<sup>65</sup>

Melalui penjelasan diatas menunjukkan bahwa driver Grab memberikan pelayanan yang memuaskan kepada pelanggan melalui sikap-sikap yang diterapkan selama melayani pelanggan. Grab mengatur cara-cara bersikap dalam berinteraksi secara langsung dengan pelanggan seperti dijabarkan oleh Saudara Fathul Qorib selaku driver Grab:

“ kalau di Grab itu mbak ada panduan yang didalamnya itu ada tata cara menyapa para pelanggan, menggunakan

<sup>65</sup> Chintiya ,wawancara, Jember, 21 November,2023

kecepatan sesuai standart yang telah diberikan, mematuhi rambu lalu lintas, ya seperti itu mbak cara-caranya”.<sup>66</sup>

Melalui penjelasan diatas menunjukkan bahwa driver Grab diberi panduan yang mengatur bagaimana cara melayani pelanggan dengan sikap yang baik. Cara- cara tersebut meliputi segala aspek kegiatan yang mempertemukan driver dengan pelanggan secara langsung. Seperti pengucapan salam, cara berkendara,dsb.

Sedangkan dari pelanggan Gojek kak Dira juga berpendapat bahwa:

“selama saya pengguna aplikasi gojek sampai sekarang ya mbak saya sih puas dengan pelayanannya, apalagi kalau saat di jalan saya juga sering diajak ngobrol mbak ditanyain juga. Kadang saya juga ngerepoti bapak atau masnya tak suruh nunggu dulu kalok saya agak lama keluar dari stasiun”<sup>67</sup>

Sama halnya dengan Gojek mereka juga memberikan cara pelayanan yang sama kepada pelanggan untuk memberikan pelayanan yang maksimal dengan mengajak berbicara maupun

menunggu penumpang dengan sabar. Seperti yang dijabarkan oleh saudara Arief selaku driver Gojek:

“ kalau di Gojek ya mbak kita pasti ada peraturan harus bersikap baik kepada pelanggan seperti menunggu pelanggan yang belum keluar dari rumah ya mungkin masih siap-siap jadi harus sabar menunggu supaya pelanggan itu merasa nyaman saat diperjalanan karena sikap kita nanti dinilai nanti sama pelanggan kan itu juga akan berpengaruh sama rating penilaian pelayanan saya.”<sup>68</sup>

<sup>66</sup> Fatkhul, wawancara, Jember, 18 November, 2023

<sup>67</sup> Dira, wawancara, Jember, 19 November, 2023

<sup>68</sup> Arif, wawancara, Jember, 19 November 2023

Melalui penjelasan diatas menunjukkan bahwa driver Gojek diberi panduan agar memberikan sikap yang baik bagi pelanggan agar pelanggan merasa nyaman saat diperjalanan karena performa kinerja driver akan dinilai oleh pelanggan.

### c. Penampilan

Penampilan (*appereance*) juga termasuk dalam keberhasilan penunjang pelayanan prima yaitu dari segi fisik dan non fisik. Dari segi fisik dinilai dari kerapian dalam melayani pelanggan dan kelengkapan berkendara sedangkan non fisik berasal dari kepribadian saat sedang memberikan pelayanan. Hal itulah yang menjadi nilai tambah bagi para *driver* saat memberikan pelayanan kepada *customer*. Hal ini dijelaskan oleh pelanggan Grab saudara Nafik:

“saya mbak sebagai pelanggan aplikasi Grab selama ini, kalau melihat para *driver* dari segi fisik nih ya rapi kok orangnya pakek jaket,sepatu, sama helm terus dari segi non fisiknya dari kepribadianya yang saya sering temui pasti mereka menyapa dulu terus ngasih helm.itu aja sih mbak.”<sup>69</sup>

Sedangkan pendapat lain dari pelanggan Gojek yakni saudari Ajeng menjelaskan bahwa:

“begini mbak kalau menilai dari fisiknya para *driver* ya orangnya rapi berkendara juga sesuai aturan ya pakek helm,jaket motornya, terus pakek sepatu kadang ada juga pakek sarung tangan. Kalok aku naik yang gocar orangya juga rapi, mobilnya bersih, AC nya juga dihidupin pokoknya nyaman.”<sup>70</sup>

<sup>69</sup> Nafik, wawancara, Jember, 21 November 2023.

<sup>70</sup> Ajeng, wawancara, Jember, 19 November 2023.

Melalui penjelasan para pelanggan diatas bahwa penampilan fisik para *driver* terbilang rapi karena mereka dalam berkendara menggunakan helm sesuai standar SNI, jaket, dan sepatu. secara non fisik berupa kepribadian para *driver* Grab dan Gojek yang besikap ramah yang terpancar dari wajahnya ataupun suaranya agar menjadi nilai tambah bagi para pengendara.

#### d. Perhatian

Hasil wawancara dengan Nafik selaku pengguna aplikasi

Grab:

“kalau bentuk perhatian dari *driver* kayaknya kalau saya pesen makan sih biasanya saya pesen makanan kayak lalapan saya bilang gak usah pakek timun sama kacang panjang gitu.”<sup>71</sup>

Hal senada juga disampaikan oleh Rovita selaku pengguna aplikasi Gojek:

“sama sih mbak bentuk perhatian dari gojek yang sering saya gunakan kayak pesan makanan juga saya mintaknya bungkusnya disemdirikan, atau saya salah pesen mie gitu saya kliknya level 1 tapi saya pesenya gak usah cabe akhirnya sama orangnya dibilangin sambelnya nantik ditaruh pinggir saja mbak soalnya sudah masuk aplikasi pesenanya.ya kayak gitu sih mbak dari saya.”<sup>72</sup>

Dari hasil waawancara tersebut bahwa driver gojek dan grab sama-sama saling memperhatikan pesanan pelanggan dengan baik dan memberikan opsi lain pada pesanan yang salah agar pelanggan merasa puas dengan perhatian pelayanan yang telah diberikan.

<sup>71</sup> Nafik, wawancara, Jember, 21 November 2023.

<sup>72</sup> Rofita, wawancara, Jember, 21 November 2023.

### e. Tindakan dan Tanggung jawab

Tidak hanya sikap, penampilan, maupun kemampuan saja yang menjadi penilaian tentang memberikan pelayanan yang terbaik tapi tindakan dan tanggung jawab juga merupakan wujud dari sebuah perhatian untuk para pelanggan agar terjamin pelayanan yang memuaskan. Sebagaimana disampaikan oleh saudara Fatkhul selaku driver Grab:

“saya sebagai *driver* grab pasti akan memberikan pelayanan yg terbaik mbak soalnya akan berpengaruh sama rating penilaian kita, makanya pas ada pesanan grab food gitu ya mbak pertama kita pasti tanyain sudah sesuai pesanan apa belum, terus lokasinya juga sama apa tidak. Kadang pelanggan juga *slow* respon jadi pas awal ada pesanan masuk langsung saya chat atau telfon biar cepet gampang tidak menunggu lama dan muter-muter cari alamatnya.”<sup>73</sup>

Dari penjelasan diatas diperkuat dengan penjelasan dari Vivin selaku pengguna aplikasi Grab:

“ kan sering pesan makanan lewat grab jadi setelah check out makanan biasanya ada pesan masuk dari *driver* ojolnya nanyain sudah sesuai pesanan atau lokasinya sudah sesuai. Kan kadang saya lupa ya mbak kurang lengkap ngasih alamat jadi ojolnya telfon dan itu telfonya pas awal saya pesen makanan jadi menurut saya itu tindakan yang bertanggung jawab sih mbak biar saya juga tidak menunggu lama dan makanan juga tidak dingin.”<sup>74</sup>

Dari penjelasan diatas bahwa *driver* grab bertanggung jawab dan berinisiatif untuk menanyakan alamat dan kesesuaian pesanan agar makanan cepat sampai kepada pelanggan dan

<sup>73</sup> Fatkhul, wawancara, Jember, 18 November 2023.

<sup>74</sup> Vivin, wawancara, Jember, 18 November 2023.

performa penilaian dari pelanggan juga baik karena akan berpengaruh pada rating penilaian *driver*.

Sama halnya dengan yang disampaikan oleh saudara Arif selaku *driver* Gojek bahwa:

“kalau ada pesanan sebelum berangkat saya tanyain dulu alamatnya, blok rumahnya, atau ancer-ancer rumahnya. Biasanya gak sesuai sama maps itu. Saat musim hujan kadang saya kasih jas hujan buat penumpang biar gak kehujanan. Dibidang tanggung jawab ya harus soalnya ini penting buat rating penilaian kerja dan kepuasan bagi pelanggan . Mangkanya saya pas selesai nganter penumpang atau kirim orderan pasti mintak bintang lima.”<sup>75</sup>

Dari penjelasan diatas diperkuat dengan penjelasan dari mbak Rovita selaku pengguna aplikasi Gojek bahwa:

“setelah saya pesan gojek pastikan nerima chat otomatis dari aplikasinya terus ada pesan dari pengendaranya tanya lokasi rumah kita sudah sesuai apa belum. Kalau pas saya pesen waktu musim hujan pernah ditawarkan jas hujan tapi saya gak mau soalnya bapak gojeknya punya satu jadi saya lebih milih buat berteduh saja. Saya apresiasi sih itu berarti pengendara berinisiatif untuk memberikan pelayanan yang baik.”<sup>76</sup>

Dari penjelasan diatas bahwa driver gojek bertanggung jawab dan berinisiatif untuk menanyakan dan memberikan layanan ekstra berupa memberikan jas hujan kepada pelanggan agar terciptanya rasa kepuasan dalam pelayanan yang diberikan.

<sup>75</sup> Arif, wawancara, Jember, 19 November 2023.

<sup>76</sup> Rofita, wawancara, Jember, 21 November 2023.



## 2. Perbedaan *service excellent* antara pengguna aplikasi Gojek dan Grab di kota Jember

Dalam memberikan *service excellent* kepada pelanggan gojek dan grab terdapat beberapa perbedaan yang diberikan seperti:

### a. Waktu

Hasil wawancara dari saudara Ulik selaku pengguna aplikasi Grab:

“ dari penggunaan aplikasi grab kalau saya pesan makanan atau pun pesan kendaraan kadang lama buat dapat *driver* jadi ya agak menunggu lama”<sup>77</sup>

Pernyataan tersebut selaras dengan hasil wawancara dari saudara Nafik selaku pelanggan Grab:

“ untuk mendapatkan *driver* dari Grab memang agak lama, jadi saya harus menunggu apalagi kalau restonya penuh tambah lama dan estimasi pengiriman pasti lebih lama dari yang diperkirakan.”<sup>78</sup>

Petanyaan tersebut dijelaskan oleh hasil wawancara dari Fatkhul selaku *driver* Grab:

“ kalau Grab itu mbak, tergantung sama kitanya mau ambil atau tidak orderan tersebut. Semisal kita lagi masih ngopi atau makan ya kita habiskan dulu baru diambil orderan tersebut.”<sup>79</sup>

Sedangkan hasil wawancara dari saudara Elok selaku pengguna aplikasi Gojek:

“ sekian lama saya menggunakan Gojek, saya tetap memilih menggunakan Gojek dari pada Grab soalnya cepat mendapatkan *driver*. jadi, meskipun biaya penanganan

<sup>77</sup> Ulik, wawancara, Jember, 18 November 2023.

<sup>78</sup> Nafik, wawancara, Jember, 21 November 2023.

<sup>79</sup> Fatkhul, wawancara, Jember, 18 November 2023.

atau tarifnya lebih mahal saya tetap menggunakan aplikasi ini soalnya saya butuh yang cepat dapat *driver*".<sup>80</sup>

Hasil wawancara tersebut juga selaras dengan hasil wawancara dari saudara Dira sebagai pengguna Gojek berikut:

“ memang kalau pakai aplikasi gojek waktu estimasi tiba lebih cepat daripada aplikasi yang lainnya jadi saya lebih suka menggunakan aplikasi gojek”.<sup>81</sup>

Pertanyaan tersebut dijelaskan oleh hasil wawancara dari Arif selaku *driver* Gojek:

“ kalau masalah waktu pengambilan orderan dari sistem sendiri Gojek memberi peraturan atau batasan untuk menjalankan order. Waktunya itu 15 menit, jadi kalo Driver itu tidak mengambil atau menjemput orderan dari waktu yang ditentukan sistem maka orderan yang diterima otomatis ter *cancel*.<sup>82</sup>

Berdasarkan penjelasan diatas bahwa perbedaan antara Gojek dan Grab terdapat pada waktu pengambilan orderan kalau di Grab pengambilan orderan tergantung pada pihak driver sedangkan pada Gojek saat ada orderan masuk langsung masuk ke akun *driver*

jika tidak ada konfirmasi pengambilan orderan selama 15 menit maka orderan tersebut secara otomatis akan ter *cancel*. Semakin lama orderan belum sampai kepada pelanggan akan mempengaruhi nilai pelayanan dari *driver* maupun aplikasinya.

<sup>80</sup> Elok, wawancara, Jember, 18 November 2023.

<sup>81</sup> Dira, wawancara, Jember, 19 November 2023.

<sup>82</sup> Arif, wawancara, Jember, 19 November 2023.

## b. Kualitas Pelayanan

Hasil wawancara dari saudara Chintya selaku pengguna aplikasi Grab:

“kualitas pelayanan penggunaan Grab selama ini sih baik ya mbak mulai dari tanggung jawab, keluhan pesanan kalau saya salah order, kesopanan, dan sikapnya juga bagus. Tapi itu juga tergantung kepada individu masing-masing sih ya mbak. Pernah juga saya pesan *grab car* sudah diambil tapi orangnya lama sampai walaupun sudah saya chat kalau tidak jalan-jalan saya akan ketinggalan kereta. Akhirnya saya ketinggalan kereta dan saya kasih bintang tiga”.<sup>83</sup>

Hasil wawancara tersebut juga selaras dengan saudara Vivin selaku pengguna aplikasi Grab:

“ untuk kualitas pelayanan dari segi tanggung jawab, kesopanan, dan fasilitas juga bagus mungkin karena sudah ada SOP jadi bagus. Tapi saya kurang memperhatikan itu semua sih mbak yang penting saya menggunakan aplikasi tergantung sama tarif harganya”.<sup>84</sup>

Hasil wawancara dari saudara Ajeng selaku pengguna aplikasi Gojek:

“ dari segi kualitas pelayanan itu tergantung kepada individu masing- masing ya mbak jadi walaupun orderan saya cepat datang saya kasih bintang lima kalau lama dan tidak konfirmasi biasanya saya cancel”.<sup>85</sup>

Hasil wawancara dari saudara Rovita selaku pengguna aplikasi Gojek:

“kualitas pelayanan dari Gojek terbilang bagus dari tanggung jawab, komunikasi, ramah juga orangnya, terus cepat dapat *driver* saya”.<sup>86</sup>

<sup>83</sup> Chintya, wawancara, Jember, 21 November 2023.

<sup>84</sup> Vivin, wawancara, Jember, 18 November 2023.

<sup>85</sup> Ajeng, wawancara, Jember, 19 November 2023.

<sup>86</sup> Rovita, wawancara, Jember, 21 November 2023.

Hasil wawancara dari saudara Fatkhul selaku driver Grab:

“ memang ya mbak kalau masalah kualitas pelayanan itu pasti kami ingin memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan sangat baik tapi setiap driver pasti berbeda-beda pelayannya. terkadang penilaian pelanggan itu juga berbeda-beda ada yang memberikan bintang lima ada juga yang memberikan bintang tiga dan itu mempengaruhi sama penilaian akun kita”.<sup>87</sup>

Hasil wawancara diatas juga selaras dengan pendapat saudara Arif selaku driver Gojek:

“kualitas pelayanan pasti kami jaga mulai dari tanggung jawab, ketepatan waktu, dan keluhan pelanggan juga saya respon dengan baik, kalau untuk penilaian kita dari pelanggan itu tergantung pelanggan juga pokoknya saya sudah memberikan yang terbaik”.<sup>88</sup>

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan setiap *driver* itu berbeda-beda setiap individu ada yang bertanggung jawab, tepat waktu, dan memberikan komunikasi yang baik kepada pelanggan ada jua yang kurang. Kalau *driver* tersebut pelayannya kurang baik akan diberikan pelanggan bintang lima kalau kurang memuaskan bagi para pelanggan maka akan dapat bintang tiga. Dapat disimpulkan bahwa perbedaan kualitas pelayanan dari *driver* Grab maupun Gojek tergantung pada individu masing-masing.

### C. Pembahasan Dan Temuan

Berdasarkan hasil penyajian data dari peneitian melalui metode observasi,wawancara,dan dokumentasi serta analisis yang dilakukan

<sup>87</sup> Fatkhul, wawancara, Jember, 18 November 2023.

<sup>88</sup> Arif, wawancara, Jember, 19 November 2023.

berdasarkan fokus masalah yang dirumuskan. Maka kemudian akan dikemukakan berbagai temuan di lapangan yang akan dikaitkan dengan teori-teori yang dijadikan sebagai landasan oleh peneliti dalam melakukan penelitian.

### 1. Persamaan *service excellent* antara pengguna aplikasi Gojek dan Grab di kota Jember

Menurut Atep<sup>89</sup> pelayanan prima merupakan kepedulian kepada pelanggan dengan memberikan layanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan pemenuhan kebutuhan dan mewujudkan kepuasannya, agar mereka selalu loyal kepada organisasi / perusahaan.

Berdasarkan hasil wawancara dan pengamatan peneliti tentang persamaan *service excellent* antara pengguna aplikasi Gojek dan Grab di kota Jember bahwa dalam keberhasilan dalam mengembangkan dan melaksanakan pelayanan prima tidak terlepas dari kemampuan dalam pemilihan konsep. pendekatnya terdapat enam konsep pelayanan prima

yakni kemampuan (*ability*), sikap (*attitude*), penampilan (*apereance*), perhatian (*attention*), tindakan dan tanggung jawab (*action and accountability*).<sup>90</sup>

a. kemampuan dalam pelayan prima memiliki pengertian pengetahuan serta ketrampilan tertentu yang mutlak di perlukan dalam hal menunjang program layanan prima, yang meliputi

<sup>89</sup> Atep Adya Barata, *Dasar-Dasar Pelayanan Prima* ( Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2006), 20

<sup>90</sup> Ibid,31

kemampuan mengetahui kebutuhan pelanggan dan kemampuan untuk berkomunikasi dengan pelanggan.

Kemampuan yang digunakan *driver* Gojek dan Grab yakni berkendara menjadi aspek utama dalam pelayanan karena berkaitan langsung dengan keselamatan penumpang. Selain kemampuan dalam berkendara, kemampuan komunikasi dengan pelanggan juga menjadi aspek penting yang harus dimiliki *driver*.

- b. Sikap mencerminkan perilaku atau gerak-gerik yang terlihat pada diri seseorang ketika dia menghadapi situasi tertentu atau ketika berhadapan dengan orang lain.

Sikap pada *service excellent* antara pengguna aplikasi Gojek dan Grab yakni sana-sana memberikan pelayanan prima dengan menunjukkan sikap yang terbaik serta komunikasi antara pengguna dan *driver*. Para *driver* diharuskan memberikan pelayanan prima karena harus sesuai SOP kepada pelanggan karena sikap mereka juga akan dinilai oleh pelanggan.

- c. Penampilan adalah penampilan seseorang baik yang bersifat fisik saja maupun fisik atau non fisik, yang mampu merefleksikan kepercayaan diri dan kredibilitas dari pihak lain.

Menurut para pelanggan bahwa penampilan fisik para *driver* terbilang rapi karena mereka dalam berkendara menggunakan helm sesuai standar SNI, jaket, dan sepatu. secara non fisik berupa kepribadian para *driver* Grab dan Gojek yang bersikap ramah yang

terpancar dari wajahnya ataupun suaranya agar menjadi nilai tambah bagi para pengendara

- d. Perhatian adalah bentuk kepedulian penuh kepada pelanggan, baik yang berkaitan dengan perhatian akan kebutuhan dan keinginan pelanggan maupun pemahaman atas saran dan kritiknya.

Pelayanan prima dari bentuk perhatian yakni driver gojek dan grab sama-sama saling memperhatikan pesanan pelanggan dengan baik dan memberikan opsi lain pada pesanan yang salah agar pelanggan merasa puas dengan perhatian pelayanan yang telah diberikan.

- e. Tindakan dan tanggung jawab merupakan berbagai kegiatan nyata yang harus dilakukan dalam memberikan layanan kepada pelanggannya yang mana sikap keberpihakan kepada pelanggan sebagai wujud kepedulian untuk mendengarkan atau meminimalkan kerugian atau ketidakpuasan pelanggan.

Tindakan dan tanggung jawab pelayanan prima antara pengguna Gojek dan Grab yakni sama-sama bertanggung jawab dan berinisiatif untuk menanyakan alamat dan kesesuaian pesanan agar makanan cepat sampai kepada pelanggan dan performa penilaian dari pelanggan juga baik karena akan berpengaruh pada rating penilaian *driver*. Tindakan layanan ekstra berupa memberikan jas hujan kepada pelanggan agar terciptanya rasa kepuasan dalam pelayanan yang diberikan.

Sedangkan dalam kajian ekonomi islam pelayanan prima juga dapat didefinisikan sebagai pelayanan secara professional yang pengamalannya harus sesuai dengan konsep syariah. Adapun prinsip-prinsip yang diterapkan dalam pelayanan prima dalam islam terdiri dari; *taawun* (prinsip tolong menolong), *At-Taysir* (prinsip kemudahan), dan *Al-Layyin* (prinsip lembut).<sup>91</sup> Ketiga prinsip diatas menjadi prinsip dasar yang dilakukan oleh para pengemudi Gojek dan Grab dimana dalam melayani pelanggan pengemudi kerap memberi pertolongan dan kemudahan serta melayani dengan lembut.

## 2. Perbedaann *service excellent* antara pengguna aplikasi Gojek dan Grab di kota Jember

Berdasarkan wawancara dan pengamatan peneliti tentang perbedaan *service excellent* antara pengguna aplikasi Gojek dan Grab terdapat dua faktor perbedaan yakni pada waktu dan kualitas pelayanan.

a. Ketepatan waktu pelayanan berkaitan dengan waktu tunggu dan proses.

Perbedaan waktu pelayanan prima antara pengguna aplikasi Gojek dan Grab terdapat pada pengambilan orderan kalau di Grab pengambilan orderan tergantung pada pihak driver sedangkan pada Gojek saat ada orderan masuk langsung masuk ke akun *driver* jika

<sup>91</sup> Andrian dan Pratiwi Nilasari, "Penerapan Pelayanan Prima Islami dan Manajemen Berbasis Keamanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Sektor Publik", *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, No. 9 Vol. 03 (2023), 3921-3922. <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v9i3.11345>



tidak ada konfirmasi pengambilan orderan selama 15 menit maka orderan tersebut secara otomatis akan ter *cancel*. Semakin lama orderan belum sampai kepada pelanggan akan mempengaruhi nilai pelayanan dari *driver* maupun aplikasinya.

- b. Kualitas pelayanan berkaitan dengan akurasi atau ketepatan pelayanan. Kualitas pelayanan berkaitan dengan kesopanan, dan tanggung jawab dalam penanganan keluhan pelanggan.

Perbedaan pelayanan prima antara pengguna aplikasi Gojek dan Grab bahwa kualitas pelayanan setiap *driver* itu berbeda-beda. Setiap individu ada yang bertanggung jawab, tepat waktu, dan memberikan komunikasi yang baik kepada pelanggan. Ada juga yang kurang. Kalau *driver* tersebut pelayanannya kurang baik akan diberikan pelanggan bintang lima kalau kurang memuaskan bagi para pelanggan maka akan dapat bintang tiga. Dapat disimpulkan bahwa perbedaan kualitas pelayanan dari *driver* Grab maupun

Gojek tergantung pada individu masing-masing.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisa penelitian sebagaimana telah dikemukakan pada bab-bab sebelumnya, dengan mengacu pada fokus penelitian serta menggunakan metode kualitatif maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat beberapa persamaan antara *service excellent* antara pengguna aplikasi Gojek dan Grab. Pertama; kemampuan berkomunikasi. Kedua; sikap *driver* harus sesuai dengan SOP perusahaan. Ketiga; penampilan *driver* sesuai dengan standart berkendara serta penampilan mereka harus ramah kepada pelanggan. Keempat; perhatian kepada pesanan pelanggan agar sesuai pesanan dan tidak salah pesan. Kelima; tindakan dan tanggung jawab berupa menanyakan alamat dan kesesuaian pesanan agar makanan cepat sampai kepada pelanggan dan performa penilaian dari pelanggan juga baik karena akan berpengaruh pada rating penilaian *driver*. Tindakan layanan ekstra berupa memberikan jas hujan kepada pelanggan agar terciptanya rasa kepuasan dalam pelayanan yang diberikan.
2. Selain persamaan terdapat juga perbedaan antara *service excellent* antara pengguna aplikasi Gojek dan Grab yakni terdapat pada waktu dan kualitas pelayanan. Pertama; kalau di Grab pengambilan orderan tergantung pada pihak *driver* sedangkan pada Gojek saat ada orderan masuk langsung masuk ke akun *driver* jika tidak ada konfirmasi pengambilan orderan

selama 15 menit maka orderan tersebut secara otomatis akan ter *cancel*.  
Kedua; kualitas pelayanan setiap *driver* itu berbeda-beda setiap individu ada yang bertanggung jawab, tepat waktu, dan memberikan komunikasi yang baik kepada pelanggan ada juga yang kurang.

## B. Saran

Berdasarkan hasil temuan, maka peneliti memberikan saran sebagai rujukan yang dipertimbangkan dan bisa memajukan para *driver* Gojek dan Grab.

1. Diharapkan para *driver* yang belum melayani pelanggan dengan baik bisa lebih bertanggung jawab dalam melayani para pelanggan
2. Diharapkan kepada pihak Grab dan Gojek untuk terus mengevaluasi pelayanan *driver* serta performa aplikasi yang diberikan kepada pengguna.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Zuchri. *Metode Penelitian Kualitatif* . Makassar: CV Syakir Media Press, 2021.
- Alhanani, Ghina. Budi Santoso. 2022. Dampak Service Excellent Terhadap Kepuasan Pelanggan Salon Strawberry, *Jurnal Penelitian dan Pengembangan Sains dan Humaniora*, 6(3): 397-403.
- Arif, M Nur Rianto Al. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syari'ah*. Bandung: Alfabeta, 2010.
- Arikunto. *Prosedur Penelitian* . Jakarta: Rineka Cipta, 2002.
- Bagoes, Ida. *Filsafat Penelitian dan Metode Penelitian Sosial*, Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2008.
- Barata, Atep Adyq. *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2006.
- Bintoro, *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Gava Media, 2014.
- Bungin, M Burhan. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya* . Jakarta: Prenada Media Group, 2011.
- Burhan, M Bungin. *Metodologi Penelitian Kualitatif* . Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007.
- Chan, Arianis., Maharani, Maulydia, dan Tresna, Pratami Wulan. 2018. Perbandingan Pengalaman Pengguna Pada Aplikasi Mobile Go-Jek Dan Grab (Studi Pada Konsumen Pt Go-Jek Dan Pt Grab Indonesia di Dki Jakarta). *Jurnal AdBispreneur*, 2 (2): 163-173 .
- Daryanto dan Ismanto Setyobudi. *Konsumen dan Pelayanan Prima* . Yogyakarta: Gava Media, 2014.
- Departemen Agama RI, *Al-Quran dan terjemahannya*, cetakan 3. Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2019
- Ferdiansyah, Muhammad Rio. 2019. *Analisis Komparatif Kepuasan Pelanggan Transportasi Ojek Online Gojek Dan Grab*. Skripsi tidak diterbitkan. Jakarta: Universitas Negeri Jakarta.
- Gunara, Thorik. *Marketing Muhammad : Strategi Handal dan Jitu Praktek Bisnis Rasulullah SAW*. Bandung: PT. Karya Kita MadaniA Prima, 2007

- Hamalik, Oemar. *Media Pendidikan*. Bandung: Citra Aditya, 1993.
- Hanifah, Khoiriyah Dini. *Studi Komparasi Pelayanan Dengan Cash On Delivery Pada PT.Pos dan SAP Express di Kabupaten Jember*. Jember: IAIN Jember., 2021.
- Hasibuan, Malayu. *Dasar-Dasar Perbankan cet ke-4* Jakarta: PT Bumi Aksara, 2005.
- Kasmir. *Manajemen Perbankan* Jakarta: PT Grafindo Persada, 2010.
- Kurnia, Nita. *Perbandingan Kualitas Pelayanan antara Go Ride dan Grab Bike Terhadap Kepuasan Konsumen di Kota Palangka Raya*”. Palangka Raya: IAIN Palangka Raya, 2019.
- Kusuma, Wijaya dan Marlina, Novi. 2021. Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Go-Jek Di Kota Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9 (2):1174-1180.
- Lenny Jomeira, Djoko Dewantoro. 2019. Pengaruh Service Excellent terhadap Kepatuhan Formal Wajib Pajak Badan Pada KPP Pratama Gresik, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Airlangga*, 29 (1): 15-24.
- Maddy, Khairul, *Hakikat dan Pengertian Pelayanan Prima*. Jakarta : Chama Digit, 2009.
- Mahendri, Wisnu dan Munir, Abdullah Fajarul. 2021. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Jasa Transportasi Gojek Online Di Sidoarjo). *Jurnal Ekonomi Dan Perkembangan Bisnis*, 5 (2): 11-17.
- Maulidia, Gina dan Ina Ratnasari. 2021. Analisis Komparatif Strategi Digital Marketing terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Transportasi Online Gojek dan Grab di Kabupaten Karawang, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 12 (1): 51-57.
- Maulyan, Feti Fatimah., Drajat, Devi Yuniati., Angliawati, Ria Yuli, dan Sandin, Dwi 2022. Pengaruh Service Excellent Terhadap Citra Perusahaan dan Loyalitas Pelanggan: Tinjauan Teoritis. *Jurnal Sains Manajemen*, 4 (1): 8-17.
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif* . Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2009.
- Mulyana, Dedy. *Metodologi Penelitian Kualitatif Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004.
- Nazir, Moh. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 1994.

- Rahmayanty, Nina. *Manajemen Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2010.
- Rianto, M Nur. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah Bandung*: Alfabeta, 2010.
- Rivai, Agung Kresnamurti P, Suneni, Ika Febrilia, 2019. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Transportasi Ojek Online Grab”. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, 10 (1): 204-225.
- Rozali, Yuli Azmi. 2008. Implementasi Kecerdasan Emosional Pelanggan, dan Mencurahkan Perhatian Penuh Kepada Pelanggan Dalam Pelayanan Prima (Service Excellent), *Forum Ilmiah INDONUSA*, 5 (2): 93-98.
- Sari, Desi Ratna, 2020. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Harga dan Promosis Terhadap Kepuasan Gojek*. Skripsi tidak diterbitkan. Metro: IAIN Metro.
- Shinta, Agustina. *Manajemen Pemasaran*. Malang: Universitas Brawijaya Press, 2011.
- Soekiyono, Wiwin Siswanti, 2016. Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi Antara Komunikasi Dan Citra Terhadap Loyalitas Pengguna Jasa Go-Jek Di Jakarta Dan Sekitarnya, *Jurnal SEMNAS FEKOM*.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2017.
- Tim Penyusun. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Jember: IAIN Jember Press, 2022.
- Thoybah, ahmad suharto. 2020 . *Perbandingan Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kepuasan Konsumen Gojek Dan Grab Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember*. Skripsi tidak diterbitkan. Jember: Universitas Muhammadiyah Jember
- Tontowi, Muhammad Ayyub. 2018. *Analisis Dampak Keberadaan Ojek Online Terhadap Pendapatan Sopir Angkot Di Kabupaten Jember*. Skripsi tidak diterbitkan. Jember : Institut Agama Islam Negeri Jember.
- Winih ,Titik Sri. 2021. *Analisis Pengaruh Pelayanan Prima (Service Excellent) Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Swalayan Ismart*. Skripsi tidak diterbitkan Ponorogo: IAIN Ponorogo.

### MATRIX PENELITIAN

JUDUL	VARIABEL	SUB VARIABEL	SUMBER DATA	METODE PENELITIAN	FOKUS PENELITIAN
<p>Studi Komparatif <i>Service Excellent</i> Antara Pengguna Gojek dan Grab di Kota Jember</p>	<p>1. <i>Service Excellent</i></p>	<p>a. Pengertian pelayanan prima                      b. Tujuan dan Fungsi layanan                      c. Konsep pelayanan prima</p>	<p>1. Informan :                      a. Para pengguna aplikasi Gojek dan Grab                      b. Driver Gojek                      c. Driver Grab                      2. Dokumentasi                      3. Observasi                      4. Kepustakaan</p>	<p>1. Pendekatan dan Jenis Penelitian:                      a. Metode Penelitian Kualitatif                      b. Jenis Penelitian Studi lapangan (<i>field research</i>)                      2. Lokasi Penelitian: Kota Jember                      3. Penentuan informan dengan cara <i>purposive</i>.                      4. Teknik Pengumpulan Data                      a. Observasi                      b. Wawancara                      c. Dokumentasi                      5. Analisis Data                      a. Reduksi                      b. Penyajian Data                      c. Verifikasi Data                      6. Keabsahan Data: Triangulasi Sumber</p>	<p>1. Apa persamaan <i>service excellent</i> antara pengguna Gojek dan Grab?                      2. Apa perbedaan <i>service excellent</i> antara pengguna Gojek dan Grab?</p>

## PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Zahotul Firdausi

NIM : E20172148

Prodi/Jurusan : Ekonomi Syariah/Ekonomi Islam

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini yang berjudul “**Studi Komparatif Service Excellent Antara Pengguna Gojek dan Grab di Kota Jember**” adalah hasil/karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Jember, 30 Mei 2023

Saya yang menyatakan

UNIVERSITAS ISLAM Negeri  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER



Zahrotul Firdausi  
NIM. E20172148



## PEDOMAN PENELITIAN

### A. PEDOMAN INTERVIEW

1. Untuk mengetahui persamaan *service excellent* antara pengguna aplikasi Gojek dan Grab di Kota Jember
2. Untuk mengetahui perbedaan *service excellent* antara pengguna aplikasi Gojek dan Grab di Kota Jember

### B. PEDOMAN WAWANCARA

1. Apa persyaratan menjadi pengemudi Grab?
2. Apa persyaratan menjadi pengemudi Gojek?
3. Apa saja kemampuan pelayanan *driver* yang diberikan kepada pengguna Grab?
4. Apa saja kemampuan pelayanan *driver* yang diberikan kepada pengguna Gojek?
5. Apa alasan pengguna menggunakan aplikasi Grab?
6. Apa alasan pengguna menggunakan aplikasi Gojek?
7. Bagaimana penilaian pengguna Grab dari sikap pelayanan yang diberikan pengemudi Grab?
8. Bagaimana penilaian pengguna Gojek dari sikap pelayanan yang diberikan pengemudi Gojek?
9. Bagaimana penilaian pengguna Grab dari segi pelayanan penampilan pengemudi Grab?
10. Bagaimana penilaian pengguna Gojek dari segi pelayanan penampilan pengemudi Gojek?

11. Bagaimana penilaian pengguna Grab dari segi pelayanan perhatian pengemudi Grab?
12. Bagaimana penilaian pengguna Gojek dari segi pelayanan perhatian pengemudi Gojek?
13. Bagaimana penilaian pengguna Grab dari segi pelayanan tindakan dan kewajiban pengemudi Grab?
14. Bagaimana penilaian pengguna Gojek dari segi pelayanan tindakan dan kewajiban pengemudi Gojek ?
15. Apa saja kendala waktu saat pelayanan Gojek terhambat?
16. Apa saja kendala waktu saat pelayanan Grab terlambat?
17. Apa saja perbedaan kualitas pelayanan Grab?
18. Apa saja perbedaan kualitas pelayanan Gojek?



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550  
Fax (0331) 427005 e-mail: [febi@uinkhas.ac.id](mailto:febi@uinkhas.ac.id) Website: <https://febi.uinkhas.ac.id/>



Nomor : B- /Un.22/7.a/PP.00.9/ /2023  
Hal : **Permohonan Izin Penelitian**

Kepada Yth.  
**Pelanggan Gojek dan Grab**  
**Di – Tempat**

Disampaikan dengan hormat, bahwa dalam rangka menyelesaikan tugas Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, mahasiswa berikut :

Nama : Zahrotul Firdausi  
NIM : E20172148  
Semester : XIII (Tiga belas)  
Prodi : Ekonomi Syariah  
Judul : *Studi Komparatif Service Excellent* Antara Pengguna Gojek dan Grab di Kota Jember

Mohon diizinkan untuk mengadakan Penelitian/Riset pada tanggal 06 - 30 Oktober 2023.

Demikian atas perkenannya disampaikan terima kasih.

A.n. Dekan  
Wakil Dekan Bidang Akademik,

  
Nurul Widyawati Islami Rahayu

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER



### SURAT KETERANGAN

Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Zahrotul Firdausi  
NIM : E20172148  
Semester : XIV (Empat Belas)  
Prodi : Ekonomi Syariah  
Judul : Studi komparasi service excellent pada pengguna  
GO-JEK dan Grab

Telah melaksanakan penelitian untuk memenuhi tugas skripsi, terhitung tanggal 18 November -25 November 2023 dengan mengambil data dari:  
Pengguna aplikasi Grab dan GO-JEK di Kabupaten Jember.

Demikian surat ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 30 Mei 2024  
A.n Dekan  
Plt Ketua jurusan Ekonomi Islam



Dr. Hj. Nurul Setianingrum, M.M

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550  
Fax (0331) 427005 e-mail: [febi@uinkhas.ac.id](mailto:febi@uinkhas.ac.id) Website: <http://uinkhas.ac.id>



**SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI**

Bagian Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menerangkan bahwa :

Nama : Zahrotul Firdausi  
NIM : E20172148  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Judul : Studi Komparatif *Service Excellent* Antara Pengguna Gojek Dan Grab Di Kota Jember

Adalah benar-benar telah lulus pengecekan plagiasi dengan menggunakan Aplikasi DrillBit, dengan tingkat kesamaan dari Naskah Publikasi Tugas Akhir pada Aplikasi DrillBit kurang atau sama dengan 25%.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 30 Mei 2024  
Operator Aplikasi DrillBit  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

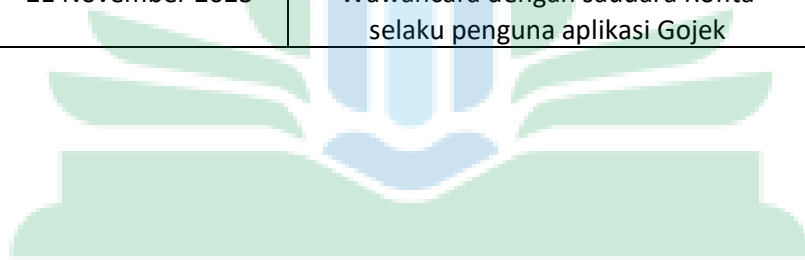
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

  
Luluk Musfiroh



## JURNAL PENELITIAN

NO.	Hari/Tanggal	Kegiatan	TTD
1.	18 Novemver 2023	Wawancara dengan saudara Elok selaku pengguna aplikasi Gojek	
2.	18 November 2023	Wawancara dengan saudara Ulik selaku pengguna aplikasi Grab	
3.	18 November 2023	Wawancara dengan saudara Vivin selaku pengguna aplikasi Grab	
4.	18 November 2023	Wawancara dengan saudara Fatkhul selaku driver Grab	
5.	19 November 2023	Wawancara dengan saudara Dira selaku pengguna aplikasi Gojek	
6.	19 Novembe 2023	Wawancara dengan saudara Ajeng selaku pengguna aplikasi Gojek	
7.	19 November 2023	Wawancara dengan saudara Arif selaku diver Gojek	
8.	21 November 2023	Wawancara dengan saudara Chintya selaku pengguna aplikasi Grab	
9.	21 November 2023	Wawancara dengan saudara Nafik selaku pengguna apliaksi Grab	
10.	21 November 2023	Wawancara dengan saudara Rofita selaku pengguna aplikasi Gojek	



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## DOKUMENTASI

1. Wawancara dengan saudara Arif selaku *driver* Gojek



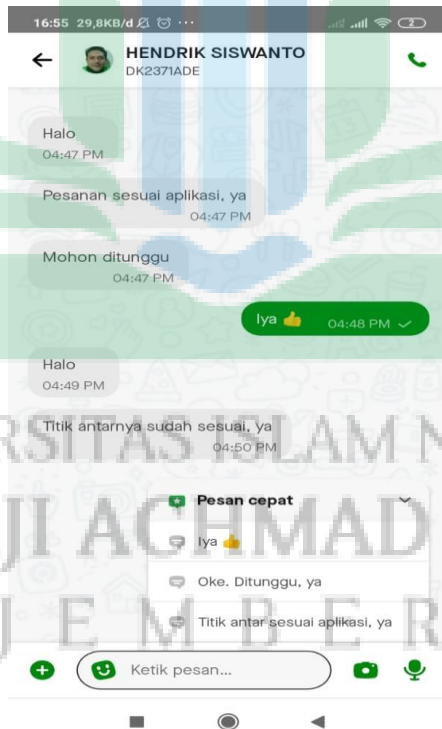
2. Penjemputan driver Grab dari titik lokasi penjemputan dan pemberian helm



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER



### 3. Pemesanan layanan Gofood dari aplikasi Gojek



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI AGHMAD SIDDIQ  
JEMBER



4. Wawancara dengan saudara Ulik selaku pengguna aplikasi Grab



5. Wawancara dengan saudara Vivin selaku pengguna aplikasi Grab



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

## BIODATA PENULIS



### I. Data Diri

Nama : Zahrotul Firdausi  
NIM : E20172148  
Tempat/Tanggal Lahir : Pasuruan, 07 Maret 1999  
Agama : Islam  
Prodi : Ekonomi Syariah  
Jurusan : Ekonomi Islam  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Alamat : Jln. Bader rt01/rw04 Kel. Kalirejo  
Kec. Bangil Kab. Pasuruan

### II. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. TK Setia Budi
2. SDN 1 Kalirejo
3. SMPN 2 Bangil
4. SMAN 1 Bangil
5. UIN Kiai Achmad Siddiq Jember

### III. ORGANISASI

1. Anggota KSEI
2. Anggota ICIS