

## **Analisa Kualitas Pelayanan melalui Pola Komunikasi *Driver Go-Ride* dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan dan Kesejahteraan Pengemudi (Studi Kasus Ojek *Online* Gojek di Kabupaten Jember)**

**Nadia Dwi Naila Putri**

Komunikasi dan Penyiaran Islam Institut Agama Islam Negeri Jember  
dwinadia144@gmail.com

**Dr. H. Misbahul Munir, M.M.**

Komunikasi dan Penyiaran Islam Institut Agama Islam Negeri Jember  
misbahulmunir@iain-jember.ac.id

### **Abstrak**

Seiring dengan derasnya perkembangan teknologi, sarana transportasi pun berkembang, salah satu munculnya transportasi *online*. Gojek merupakan salah satu aplikasi transportasi *online* yang beredar di Indonesia. Salah satu fitur nya, Go-Ride adalah pengemudi pusat utama persyaratan melayani pelanggan. Oleh karena itu, diperlukan komunikasi yang baik, karena komunikasi seringkali menjadi kendala bagi pengemudi dalam melayani pelanggan. Penelitian ini berupaya untuk mengetahui dan mendeskripsikan: 1) bagaimana pola komunikasi yang digunakan *driver* ojek *online* Go-Ride pada *customer*?, 2) bagaimana pelaksanaan kualitas pelayanan pada ojek *online*?, 3) bagaimana kepuasan pelanggan pada pengguna jasa ojek *online*?, serta 4) bagaimana kesejahteraan para pengemudi ojek *online*?. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Hasil yang diperoleh bahwa *driver* ojek *online* Go-Ride menggunakan tiga pola komunikasi pada *customer* di antaranya; pola komunikasi linier atau satu arah, pola komunikasi melingkar atau dua arah, dan komunikasi heliks atau spiral. Pelaksanaan kualitas pelayanan pada ojek *online* dilakukan dengan; *compliance* (kepatuhan), *reability* (kehandalan), *responsivess* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati), *tangible* (bukti fisik). Kepuasan pelanggan pada pengguna jasa ojek *online* dapat dilihat melalui sistem keluhan dan saran, serta survei kepuasan pelanggan. Sedangkan, kesejahteraan para pengemudi ojek *online* terbilang sejahtera karena dengan meningkatnya kualitas pelayanan, pelanggan puas. Dengan begitu, maka terjadi peningkatan volume order dan konsekuensi meningkatkan kesejahteraan pengemudi.

**Kata kunci** : *Kepuasan Pelanggan, Kesejahteraan, Kualitas Pelayanan, Pola Komunikasi.*

### **Abstract**

Along with the rapid development of technology, transportation facilities have also developed, one of which is the emergence of online transportation. Gojek is one of the online transportation applications circulating in Indonesia. One of its features, Go-Ride is the main center driver of customer service requirements. Therefore, good communication is needed, because communication is often an obstacle for drivers in serving customers. This study seeks to find out and describe: 1) how is the communication pattern used by Go-Ride online motorcycle taxi drivers to customers?, 2) how is the implementation of service quality on online motorcycle taxis?, 3) how is customer satisfaction with online motorcycle

taxi service users?, and 4 ) how is the welfare of online motorcycle taxi drivers?. The method used in this research is qualitative with a case study approach. The results obtained are that Go-Ride online motorcycle taxi drivers use three communication patterns to customers, including; linear or one-way communication patterns, circular or two-way communication patterns, and helical or spiral communication. The implementation of service quality on online motorcycle taxis is carried out by; compliance (compliance), reliability (reliability), responsiveness (responsiveness), assurance (guarantee), empathy (empathy), tangible (physical evidence). Customer satisfaction with online motorcycle taxi service users can be seen through a system of complaints and suggestions, as well as customer satisfaction surveys. Meanwhile, the welfare of online motorcycle taxi drivers is fairly prosperous because with the increase in service quality, customers are satisfied. That way, there will be an increase in the volume of orders and consequently increase the welfare of drivers.

**Keywords:** *Customer Satisfaction, Welfare, Service Quality, Communication Pattern.*

## Pendahuluan

Setiap perilaku manusia adalah bentuk komunikasi, perilaku didorong atau memberi dorongan seseorang untuk berkomunikasi, ada perbedaan cara berkomunikasi antara komunikator kepada teman sebaya, orang tua, tetangga, atasan, bawahan atau orang yang baru dikenal. Bagaimana pemilihan kata yang tepat, dan bagaimana posisi tubuh dan intonasi bicara. Komunikasi memahamkan seseorang untuk memahami perilaku manusia, minimal dirinya sendiri. Komunikasi juga memahamkan di mana kita sedang berada.<sup>1</sup> Dalam fenomena ini komunikasi menjadi hal yang tak terhindarkan. Komunikasi sering dilakukan dalam organisasi maupun di luar organisasi, apakah organisasi tersebut berbentuk lembaga pendidikan, sering bersifat antarpribadi (*interpersonal communication*), ataupun berkelompok (*group communication*).

Lupiyadi dan Hamdani, juga mengemukakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, di mana pelayanan

berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, di mana pelayanan yang baik berakibat lebih besar terhadap kepuasan pelanggan. Walaupun pelayanan atau jasa adalah suatu barang yang tidak berwujud, namun pelayanan dapat dinilai berdasarkan pengalaman dan penalaran seseorang. Kualitas pelayanan dapat memengaruhi kepuasan konsumen karena terjadinya interaksi antara konsumen dengan pihak perusahaan. Sesuai dengan konsep kepuasan konsumen, kepuasan konsumen dapat tercapai bila kinerja atau hasil yang dirasakan sesuai dengan harapan konsumen. Jadi, baik atau tidaknya pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, sangatlah memengaruhi kepuasan konsumen.<sup>2</sup>

Kualitas pelayanan yang baik dapat menjadi keunggulan bersaing bagi perusahaan jasa. Kualitas pelayanan juga merupakan kunci untuk mencapai kesuksesan. Baik tidaknya kualitas pelayanan barang atau jasa tergantung pada kemampuan produsen dalam memenuhi harapan konsumen secara konsisten. Kualitas pelayanan dikatakan memuaskan jika layanan yang dirasakan

---

<sup>1</sup> Nurudin, *Ilmu Komunikasi Ilmiah dan Populer*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2017), h. 15.

---

<sup>2</sup> Hamdani dan Rambut Lupiyadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009), h. 46.

sama atau melebihi kualitas pelayanan yang baik, responsif, ramah-tamah, sopan-santun, empati, patuh pada perusahaan dan lalu lintas menjadi nilai penting yang diharapkan oleh para konsumen. Konsumen yang merasa puas secara tidak langsung akan mendorong terjadinya rekomendasi dari mulut ke mulut, bahkan dapat memperbaiki citra perusahaan di mata konsumen. Oleh karena itu, kualitas pelayanan harus menjadi fokus utama perhatian perusahaan karena dapat menciptakan kepuasan pelanggan.

Salah satu perusahaan jasa transportasi yang sedang berkembang di Kota Jember adalah Gojek, sebuah perusahaan teknologi asal Indonesia yang melayani angkutan melalui jasa ojek. PT. Gojek didirikan pada tahun 2011 oleh Nadiem Makarim dan Michaelagelo Moran. Perusahaan ini bergerak di bidang jasa layanan transportasi sebagai perantara yang menghubungkan antara para pengemudi ojek dengan pelanggan. Pada Januari 2015, perusahaan meluncurkan aplikasi mobile Gojek berbasis location-based search untuk telepon genggam berbasis android dan iOS (apple). Melalui aplikasi ini, pengemudi ojek dapat melihat order yang masuk dan lokasi pemesannya untuk ditanggapi, dan pelanggan dapat memantau posisi pengemudi ojek yang menanggapi order. Gojek telah beroperasi di daerah Medan, Jabodetabek, Yogyakarta, Makassar, Balikpapan, Surabaya, Jember dan Bali. Jasa layanan Gojek berkembang tidak hanya sebagai transportasi orang (transport), tetapi juga dapat digunakan sebagai pengantar barang, dokumen, ataupun paket (instant courier), sebagai mitra perusahaan online maupun offline yang membutuhkan pengantaran pada hari yang sama (shopping), bahkan yang terbaru dapat digunakan sebagai pengantar makanan yang dipesan (food delivery).

Gojek menjadi pionir layanan ojek berbasis aplikasi mobile melalui layanan Go-Ride-nya. Dengan ini, pengguna aplikasi Gojek cukup memesan ojek melalui aplikasi mobile secara online dan nantinya akan dijemput oleh supir ojek yang merespon pesanan pengguna atau calon penumpang. Transaksi pembayaran dilakukan saat pengguna sampai ke tujuan kepada supir ojek. Tarif yang dikenakan bervariasi berdasarkan jarak yang ditempuh atau berdasarkan flat rate yang diberlakukan. Beberapa perusahaan yang menjadi pesaing Gojek adalah GrabTaxi, dengan GrabBike-nya, dan Blue-Jek. Kedua perusahaan ini memiliki layanan yang serupa dengan layanan Go-Ride dari Gojek.

Semakin banyaknya ojek *online* berdampak pada semakin ketatnya persaingan. Faktor yang menjadi penyebab terjadinya hal tersebut yakni adanya persaingan harga dan banyaknya alternatif pilihan jasa ojek *online*. Hal ini menjadikan konsumen semakin selektif. Konsumen akan memilih salah satu diantara pilihan alternatif yang menurutnya sesuai yang diinginkan. Mengantisipasi keadaan tersebut maka perusahaan ojek *online* khususnya Gojek harus bisa menciptakan kepuasan pelanggan.

Kepuasan konsumen merupakan faktor yang sangat penting bagi keberadaan, kelangsungan, dan perkembangan perusahaan. Saat ini banyak perusahaan yang semakin memahami arti penting dari kepuasan konsumen dan menjalankan strategi guna memberikan kepuasan bagi konsumennya. Menurut Engel kepuasan konsumen merupakan evaluasi purnabeli di mana sekurang-kurangnya memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan pelanggan. Sedangkan ketidakpuasan timbul apabila

hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan.<sup>3</sup>

Dengan meningkatnya kualitas pelayanan di satu sisi pendapatan ojek meningkat dan di satu sisi lain konsumen mengalami kepuasan, pelanggan puas karna adanya kualitas pelayanan. Dengan begitu maka terjadi peningkatan volume order, dengan begitu akan memunculkan kesejahteraan kepada pengemudi.

Kesejahteraan sosial merupakan suatu kondisi yang ideal dan menjadi acuan bagi kehidupan manusia. Kesejahteraan sosial dapat terwujud atas kontribusi yang seimbang antara pemenuhan segi material dan psikologis seseorang. Jika manusia dapat memenuhi keduanya maka ia akan masuk dalam kategori sejahtera. Dalam hal sederhana seseorang dapat dikatakan sejahtera jika terpenuhinya kebutuhan fisiologis dan psikologis. Kesejahteraan juga dapat didefinisikan sebagai kondisi terpenuhinya kebutuhan material, spiritual, dan sosial warga negara agar dapat hidup layak dan mampu mengembangkan diri, sehingga dapat melaksanakan fungsi sosialnya.<sup>4</sup>

Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian ini berupaya untuk mengetahui dan mendeksripsikan: bagaimana pola komunikasi yang digunakan driver ojek online Go-Ride pada customer?, bagaimana pelaksanaan kualitas pelayanan pada ojek online?, bagaimana kepuasan pelanggan pada pengguna jasa ojek online?, serta bagaimana kesejahteraan para pengemudi ojek online?.

## Metode Penelitian

---

<sup>3</sup> Blackwell and Miniard, *Perilaku Konsumen Jilid I*, terj. Boediono, (Jakarta: Bina Rupa Aksara, 1990), h. 78.

<sup>4</sup> Kotler, *Tentang Kesejahteraan Sosial*, (Bandung: Justitia Islamica, 2009), h. 65.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus (*case study*). Pendekatan studi kasus bertujuan untuk menjelaskan dan memahami objek yang ditelitinya secara khusus sebagai suatu "kasus".<sup>5</sup> Penelitian ini dilakukan di pangkalan *driver* Gojek *Gojek Campus Centre* (GOCC), dengan mempertimbangkan dan memperhatikan berbagai ulasan. Lokasi penelitian yang dipilih didasarkan atas pertimbangan-pertimbangan terkait dengan "Analisa Kualitas Pelayanan melalui Pola Komunikasi dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan dan Kesejahteraan Pengemudi".

Penentuan subjek penelitian ini dilakukan secara *purposive* yaitu dipilih dengan melalui proses pertimbangan terlebih dahulu, sehingga diperoleh responden yang dirumuskan :

1. Telah bekerja sebagai *driver* Go-Ride minimal 2 tahun
2. Rentang usia 25-55 Tahun
3. Telah mendapatkan *customer* minimal 50 orang.

Kriteria di atas dianggap dapat mempermudah peneliti untuk menggali data yang valid.

Dalam penelitian kualitatif, teknik pengumpulan data yang utama adalah observasi partisipan, wawancara mendalam, dokumentasi dan gabungan dari ketiganya atau triangulasi. Beberapa teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini: 1. Observasi, keterlibatan peneliti dalam pengumpulan data berupa observasi ini sebagai pengamat yang tidak sepenuhnya sebagai pemeran tetapi hanya melakukan fungsi pengamatan yang dilakukan secara mendalam. Untuk meminimalisir hilangnya data dari hasil observasi, maka

---

<sup>5</sup> Siegfried Lamnwk, *Qualitative Sozialfoeschung*, (Weihnhein: Basel, 2005), h. 13.

peneliti langsung menuangkannya dalam bentuk tulisan. Melalui partisipasi ini diharapkan mampu ini juga dapat menambah pengetahuan bagi peneliti. 2. Wawancara, dalam proses wawancara, peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan data. Karena peneliti hanya menggunakan point-point penting dari permasalahan yang akan ditanyakan. 3. Dokumentasi, selain observasi dan wawancara secara mendalam, peneliti juga melakukan teknik dokumentasi. Dengan langkah ini, penelitian ini dapat dipercaya karena di dukung dengan bukti yang lebih mendukung seperti foto, video, dan dokumentasi lainnya.

Dalam rangka menjawab rumusan masalah yang ditetapkan, maka analisis data yang menjadi acuan dalam penelitian ini mengacu pada beberapa tahapan yang dijelaskan Miles and Huberman yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi. Miles and Huberman. Miles and Huberman mengungkapkan bahwa aktifitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus pada setiap tahapan sampai tuntas.<sup>6</sup> Untuk menguji keabsahan data dapat dilakukan dengan menggunakan pendekatan *triangulasi*.

## Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan terhadap ojek *online* Go-Ride di Kabupaten Jember dengan fokus terhadap rumusan masalah yang telah ditetapkan di awal, ditemukan hasil penelitian sebagai berikut:

### 1. Pola Komunikasi yang Digunakan Driver Ojek Online Go-Ride pada Customer

---

<sup>6</sup> Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2005), h. 95.

#### a. Pola Komunikasi Linear atau Satu Arah

Bentuk komunikasi ini dilakukan oleh *driver* ojek *online* Go-Ride pada pelayanan *customer* di Kabupaten Jember. Tidak semua *driver* melakukan pola komunikasi linier atau satu arah ini, tergantung bagaimana kondisi *customer* yang sedang dilayani ataupun kondisi *driver*. Dalam praktiknya, pola komunikasi linier atau satu arah ini dipengaruhi oleh hambatan-hambatan. Salah satunya adalah hambatan sosioantro- psikologis. Hambatan ini terjadi karena kondisi psikis atau mood yang memengaruhi komunikasi sehingga *driver* harus mengetahui kondisi yang sedang terjadi di saat melakukan komunikasi.

#### b. Pola Komunikasi Sirkuler atau Dua Arah

Bentuk komunikasi sirkuler atau dua arah ini yang sering dilakukan oleh *driver* ojek *online* Go-Ride dalam melakukan pelayanan pada *customer* di Kabupaten Jember. Komunikasi sirkuler atau dua arah ini dirasa lebih efektif dari pada komunikasi lain saat *driver* melakukan pelayanan kepada *customer*. *Driver* maupun *customer* lebih nyaman saat melakukan komunikasi dua arah. Karena sebuah komunikasi akan dikatakan berhasil jika pesan yang disampaikan oleh komunikator dapat diterima, dipahami dan direspon dengan baik oleh komunikannya. Hal ini sering dilakukan oleh *driver* ojek *online* Go-Ride pada pelayanan *customer* di Kabupaten Jember. Akan tetapi, kendala atau hambatan yang muncul juga tidak sedikit. Ada

beberapa hambatan yang terjadi, di antaranya adalah hambatan mekanis atau hambatan yang dijumpai pada media yang dipergunakan dalam melancarkan sebuah komunikasi. Komunikasi antara *driver* dan *customer* sudah dilakukan saat *driver* mendapatkan order yaitu melalui aplikasi di *smartphone*. GPS yang tidak sesuai atau *chat* yang kurang baik dapat menimbulkan hambatan ini. Selain itu, adalah hambatan semantis. Hambatan semantis menyangkut bahasa yang digunakan komunikator sebagai alat untuk menyalurkan pikiran dan perasaan kepada komunikan. Demi kelancaran komunikasi, komunikator harus memperhatikan gangguan semantis ini. Salah satu faktor yang sering menghambat komunikasi sirkuler atau dua arah adalah bahasa yang digunakan oleh *customer*, baik pada penggunaan bahasa lokal maupun bahasa nasional.

Yang terakhir, hambatan ekologis. Hambatan ini terjadi disebabkan oleh gangguan lingkungan terhadap proses berlangsungnya komunikasi. Jadi, hambatan ekologis datangnya dari lingkungan. Hal ini menjadi salah satu kendala yang utama karena komunikasi yang dilakukan *driver* ojek *online* Go-Ride pada *customer* dilakukan di atas kendaraan bermotor yang otomatis lingkungan menjadi faktor utamanya. Saat menaiki kendaraan, terkadang suara (pesan) yang disampaikan tidak terlalu jelas dikarenakan ada angin atau lingkungan jalan yang bising. Hal-hal seperti itulah yang dapat

menghambat terjadinya komunikasi sirkuler atau dua arah.

c. Pola Komunikasi Helical atau Spiral

Bentuk komunikasi helical atau spiral ini adalah komunikasi yang terjadi berkelanjutan. Oleh karena itu, pola komunikasi ini jarang terjadi di antara *driver* dan *customer*, tapi tidak menutup kemungkinan beberapa *driver* mengalami pola komunikasi ini. Salah satu faktor yang bisa menunjang pola komunikasi ini adalah kenyamanan yang diciptakan oleh *driver* sehingga membuat *customer* ingin melakukan komunikasi yang lebih. Misalnya, jika seorang *driver* mendapatkan orderan *offline* setelah melakukan orderan *online*, ataupun *driver* yang melanjutkan perbincangan dengan *customer* melalui aplikasi *chatting*. Disaat *driver* sudah menciptakan rasa nyaman, pola komunikasi helical atau spiral ini dapat terjadi.

## 2. Pelaksanaan Kualitas Pelayanan pada Ojek Online.

a. *Compliance* (kepatuhan)

Kepatuhan berkenaan dengan kepatuhan pelaku bisnis terhadap aturan atau hukum yang telah ditetapkan oleh Allah SWT atau dapat pula disebut syariat. Syariat Islam merupakan pedoman sekaligus aturan yang diturunkan oleh Allah SWT untuk dilaksanakan oleh umat manusia dalam kehidupan sehingga tercipta keharmonisan dan kebahagiaan.

b. *Reability* (kehandalan)

Kehandalan berkenaan dengan kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan secara akurat.

Kecepatan dan keakuratan tersebut akan menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan barang dan atau jasa.

c. *Responsivess* (daya tanggap)

Daya tanggap berkenaan dengan kesediaan pegawai dalam memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan. Hal tersebut berkenaan dengan profesionalitas. Dalam melakukan suatu pekerjaan, seseorang dikatakan profesional apabila dapat bekerja sesuai dengan keahlian atau kemampuannya. Pekerjaan akan dapat dilakukan dan diselesaikan dengan cepat dan tepat apabila dikerjakan oleh orang yang memiliki kemampuan sesuai dengan bidang pekerjaannya.

Kepercayaan yang diberikan pelanggan merupakan suatu amanah. Apabila amanah tersebut disia-siakan maka akan berdampak pada kegagalan suatu perusahaan. Untuk itu, kepercayaan pelanggan merupakan suatu amanah yang tidak boleh disia-siakan. Kepercayaan tersebut didapat dengan memberikan pelayanan secara profesional melalui pegawai yang bekerja sesuai dengan bidang dan mengerjakan pekerjaannya secara cepat dan tepat.

d. *Assurance* (jaminan)

Jaminan berkenaan dengan pengetahuan atau wawasan, kesopanan, kesantunan, kepercayaan diri dari pemberi pelayanan, dan respek terhadap pelanggan. Sifat tersebut akan meningkatkan persepsi positif dan nilai bagi pelanggan terhadap suatu perusahaan. *Assurance* tersebut tentu akan meningkatkan

rasa percaya, rasa aman, dan bebas dari risiko atau bahaya sehingga membuat pelanggan merasakan kepuasan.

e. *Empathy* (empati)

Empati berkenaan dengan kemauan pegawai untuk peduli dan memberi perhatian secara individu kepada pelanggan. Kemauan ini ditunjukkan melalui hubungan, komunikasi, perhatian, serta dapat memahami kebutuhan dan keluhan pelanggan. Sikap tersebut dapat membuat pelanggan merasa kebutuhannya terpenuhi karena telah dilayani dengan baik. Sikap empati pegawai ini dapat direalisasikan melalui pemberian layanan informasi dan keluhan pelanggan, melayani transaksi pelanggan dengan senang hati, dan membantu pelanggan ketika mengalami kesulitan.

f. *Tangible* (bukti fisik)

Bukti fisik berkenaan dengan fasilitas fisik seperti gedung, ruangan yang nyaman, dan sarana prasarana lainnya. Dalam konsep Islam, pelayanan yang berkenaan dengan fasilitas fisik hendaknya lebih mengutamakan kenyamanan pelanggan, bukan menunjukkan kemewahan.

### 3. Kepuasan Pelanggan pada Pengguna Jasa Ojek Online

a. Sistem Keluhan dan Saran

Cara ini dilakukan dengan membuka kotak saran sehingga dapat menerima keluhan, saran, dan kritik dari pelanggan. Selain kotak saran, keluhan, saran, dan kritik juga dapat disampaikan melalui kartu informasi dan

*customer hotline*. Hal tersebut dimaksudkan agar perusahaan lebih mengantisipasi dan cepat tanggap terhadap kritik dan saran terbit.

b. Survei kepuasan pelanggan

Perusahaan yang responsif mengukur kepuasan pelanggan dengan mengadakan survei berkala baik melalui telpon, pos, maupun wawancara pribadi. Dalam melakukan hal tersebut, perusahaan juga dapat mengirimkan angket kepada orang-orang tertentu.

#### 4. Kesejahteraan Para Pengemudi Ojek Online

Dengan meningkatnya kualitas pelayanan, pendapatan ojek juga meningkat. Di pihak lain konsumen dan pelanggan puas karena adanya kualitas pelayanan. Dengan begitu maka terjadi peningkatan volume order, dan konsekuensi meningkatkan kesejahteraan pengemudi.

a. Kesejahteraan menurut para Ahli

Kesejahteraan terjadi ketika kehidupan individu aman dan bahagia karena kebutuhan dasar gizi, kesehatan, pendidikan, tempat tinggal dan pendapatan dapat dipenuhi, dan terlindung dari risiko yang mengancam jiwa. Ada 3 cara mengukur kesejahteraan menurut Hendrik. Pertama, menggunakan standar Upah Minimum Regional (UMR). Kedua, menggunakan indikator atau status kesejahteraan, yang dapat diukur dari proporsi pengeluaran rumah tangga. Ketiga, menggunakan kriteria kemiskinan menurut BPS. Indikator ekonomi yang digunakan selama ini untuk mengukur kesejahteraan memiliki

banyak kekurangan dan keterbatasan dalam mewakili tingkat kesejahteraan masyarakat. Pertumbuhan ekonomi dan kemiskinan tidak cukup untuk menjelaskan tingkat nyata kesejahteraan masyarakat. Indikator ekonomi umumnya diukur secara objektif dengan indikator moneter.<sup>7</sup>

Selanjutnya untuk mendapatkan hasil yang lebih baik dan mendekati kondisi nyata, tingkat kesejahteraan masyarakat, diukur dengan menggabungkan dua cara, yaitu indikator objektif dan indikator subjektif. Indikator objektif adalah ukuran kesejahteraan menggunakan standar yang sama, seperti pendapatan. Sedangkan Indikator Subjektif adalah ukuran kesejahteraan yang menggunakan standar yang tidak setara. Indikator subjektif yang digunakan adalah indikator atau indeks kebahagiaan.

Pengukuran indeks kebahagiaan adalah kondisi yang dirasakan berbeda oleh setiap individu (subjektif). Indeks kebahagiaan sebenarnya merupakan indikator subjektif kesejahteraan yang diperlukan untuk melengkapi indikator objektif yang ada. BPS menggunakan indeks kebahagiaan sebagai indikator untuk mengukur dan memperkirakan kesejahteraan masyarakat secara nasional pada tahun 2013.<sup>8</sup>

---

<sup>7</sup> Edi Suharto, *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat: Kajian Strategis Pembangunan Kesejahteraan Sosial & Pekerjaan Sosial*, (Bandung: Refika Aditama, 2014), h. 3.

<sup>8</sup> Hogwood, B.W. and L.A. Gunn, *Policy Analysis for the Real World*, (Oxford: University Press, 1988), h. 98.

b. Kesejahteraan dalam perspektif Undang-Undang

Kesejahteraan sosial merupakan suatu keadaan terpenuhinya kebutuhan hidup yang layak bagi masyarakat, sehingga mampu mengembangkan diri dan dapat melaksanakan fungsi sosialnya yang dapat dilakukan pemerintah, pemerintah daerah, dan masyarakat dalam bentuk pelayanan sosial yang meliputi rehabilitasi sosial, jaminan sosial, pemberdayaan sosial, dan perlindungan sosial (UU Nomor 11 Tahun 2009 Pasal 1 dan 2). Kesejahteraan merupakan suatu hal yang bersifat subjektif, sehingga setiap keluarga atau individu di dalamnya yang memiliki pedoman, tujuan, dan cara hidup yang berbeda akan memberikan nilai yang berbeda tentang faktor-faktor yang menentukan tingkat kesejahteraan.<sup>9</sup>

c. Kesejahteraan dalam Perspektif Islam

Islam menekankan bahwa manusia adalah makhluk sosial, oleh karena itu, dia haruslah mengembangkan kepribadiannya dalam masyarakat, dan jika dihubungkan dengan kesejahteraan, maka kesejahteraan dalam masyarakat, dan jika dihubungkan dengan kesejahteraan, maka kesejahteraan dalam Islam tidaklah hanya dinilai dari ukuran materi saja, akan tetapi juga diukur dari nilai non materi seperti terpenuhinya kebutuhan spiritual, terpeliharanya nilai-nilai moral, dan terwujudnya keharmonisan sosial, sehingga kesejahteraan

akan tercipta dengan seimbang, tidak mementingkan kebutuhan yang bersifat material saja akan tetapi juga ditekankan kebutuhan spiritual yang meliputi, kebutuhan keagamaan yang akan mengontrol setiap kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh setiap masyarakat.<sup>10</sup>

### Kesimpulan

Berdasarkan temuan yang dideskripsikan di atas, penelitian menghasilkan kesimpulan bahwa driver ojek *online* Go-Ride menggunakan tiga pola komunikasi pada *customer* di antaranya; pola komunikasi linier atau satu arah, pola komunikasi melingkar atau dua arah, dan komunikasi heliks atau spiral. Pelaksanaan kualitas pelayanan pada ojek *online* dilakukan dengan; *compliance* (kepatuhan), *reability* (kehandalan), *responsivess* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati), *tangible* (bukti fisik). Kepuasan pelanggan pada pengguna jasa ojek *online* dapat dilihat melalui sistem keluhan dan saran, serta survei kepuasan pelanggan. Sedangkan, kesejahteraan para pengemudi ojek *online* terbilang sejahtera karena dengan meningkatnya kualitas pelayanan, pelanggan puas. Dengan begitu, maka terjadi peningkatan volume order dan konsekuensi meningkatkan kesejahteraan pengemudi.

Karya tulis ini merupakan karya yang masih jauh dari karya yang sempurna, penulis sadari bahwa segala yang tersaji di dalam karya ini terdapat banyak kekurangan baik yang bersifat teknis terlebih kekurangan yang bersifat *substansial*, oleh karena itu penulis mengharap kepada semua bidang

<sup>9</sup> Edi Suharto, *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat....*, h. 3.

<sup>10</sup> Purwana Agung, *Kesejahteraan dalam Perspektif Ekonomi Islam*, (Jakarta: Justitia Islamica, 2014), h. 34.

pembaca yang budiman, manakala terjumpai kesalahan, kekurangan dalam sederhana ini memohon masukan, saran dan kritik yang membangun, agar penulis dapat mengevaluasi diri untuk meningkatkan kualitas karya selanjutnya.

Pihak operator ataupun perusahaan PT. Gojek Indonesia yang membawahi Go-Ride, perlu membekali setiap drivernya, berkaitan dengan teknik ataupun standar berkomunikasi, kemampuan berkomunikasi menggunakan bahasa Indonesia dengan baik dan benar, serta penggunaan bahasa Internasional sebagaiantisipasi adanya konsumen yang berasal dari luar daerah maupun luar negeri, yang cenderung banyak datang di kabupaten Jember. Hal ini bias dilakukan melalui pelatihan atau training secara rutin serta evaluasi kinerja dan performance drivernya, demi meningkatkan pelayanan serta kepuasan konsumennya.

### **Daftar Pustaka**

- Edi Suharto. 2014. *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat Kajian Strategis Pembangunan Kesejahteraan Sosial & Pekerjaan Sosial*. Bandung: Refika Aditama,
- Hamdani dan Rambut Lupiyoadi. 2009. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Hogwood, B.W. and L.A. Gunn. 1988. *Policy Analysis for the Real World*. Oxford: University Press.
- Blakwell dan Miniard. 1990. *Perilaku Konsumen Jilid I*. terj. Boediono. Jakarta: Bina Rupa Aksara.
- Kotler. 2009. *Tentang Kesejahteraan Sosial*. Bandung: Justitia Islamica.
- Nurudin. 2017. *Ilmu Komunikasi Ilmiah dan Populer*. Jakarta: PT Raja Grafindo Perseda.

Purwana Agung. 2014. *Kesejahteraan dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Jakarta: Justitia Islamica.

Siegfried Lamnwk. 2005. *Qualitative Sozialfoeschung*. Weihnhein: Basel.

Tim Penyusun, Fakultas Dakwah. 2015. *Pedoman Karya Tulis Ilmiah*. Jember: IAIN Jember Press.