

Faktor-Faktor Penghambat Pelayanan Jasa Transportasi Online (Grab) Di Kota Gorontalo

Chintia Desiana Tenges¹, Sofyan Al-Hadar², Andi Yusuf Katili³

^{1,2,3}Universitas Bina Taruna Gorontalo

Corresponding Author: Cintia Desiana Tenges e-mail: agungnoka2@gmail.com,
alhadsof21@gmail.com², yusuf2801@gmail.com³

Published: July , 2025

ABSTRAK

Transformasi digital dalam sektor transportasi telah menghadirkan layanan berbasis aplikasi seperti Grab yang menawarkan kemudahan, kecepatan, dan efisiensi dalam mobilitas masyarakat. Namun, implementasi layanan ini di kota-kota berkembang seperti Gorontalo masih menghadapi sejumlah kendala yang berdampak pada kualitas pelayanan. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor yang menghambat pelayanan jasa transportasi online Grab di Kota Gorontalo. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam kepada pengguna dan mitra pengemudi, serta observasi lapangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor penghambat utama meliputi keterbatasan infrastruktur digital, rendahnya literasi teknologi pengguna dan pengemudi, ketidaksesuaian estimasi tarif dan waktu, serta lemahnya pengawasan terhadap kualitas layanan. Selain itu, ketidakjelasan regulasi lokal juga turut mempersulit adaptasi operasional Grab di wilayah ini. Temuan ini menunjukkan perlunya sinergi antara pihak penyedia layanan, pemerintah daerah, dan masyarakat untuk menciptakan ekosistem transportasi online yang lebih responsif, inklusif, dan berkelanjutan.

Keywords: Pelayanan Publik, Transportasi Online, Grab, Faktor Penghambat, Gorontalo.

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah melahirkan transformasi besar dalam sektor transportasi, khususnya melalui platform daring berbasis aplikasi seperti Grab. Di tengah semakin luasnya adopsi smartphone dan jaringan internet di Indonesia, layanan transportasi online menjadi salah satu solusi utama dalam mobilitas masyarakat urban dan semi-urban (Perangin Angin, 2001). Fenomena ini mengindikasikan terjadinya pergeseran preferensi masyarakat dari transportasi konvensional ke model *on-demand* yang mengedepankan efisiensi, kemudahan akses, dan kenyamanan pengguna (Novianto & Akbar, 2019; Agussalim & Jan, 2018). Di sisi lain, kehadiran Grab sebagai pelaku utama industri ini membuka ruang kolaborasi ekonomi berbasis *platform (gig economy)* sekaligus menciptakan peluang kerja baru yang tidak sedikit jumlahnya (Anggriana et al., 2017).

Namun demikian, meskipun secara umum layanan transportasi online mendapatkan penerimaan yang luas, tidak sedikit tantangan dan hambatan yang muncul dalam implementasi pelayanannya. Dalam konteks Kota Gorontalo sebuah kota yang tengah tumbuh dalam sektor digitalisasi layanan publik adopsi layanan Grab menghadapi sejumlah dinamika yang memerlukan perhatian. Studi-studi sebelumnya lebih banyak menyoroti kota-kota besar seperti Jakarta, Surabaya, atau Palembang, sehingga pemahaman terhadap kendala spesifik di kota lapis kedua seperti Gorontalo menjadi aspek yang masih kurang tergarap secara komprehensif (Tresiya et al., 2018).

Beberapa faktor penghambat pelayanan Grab yang banyak ditemukan di wilayah perkotaan di Indonesia mencakup aspek kualitas jaringan, persepsi keamanan pengguna, kompetensi teknis pengemudi, hingga minimnya infrastruktur pendukung seperti titik

penjemputan yang layak. Dalam penelitian oleh Novianto & Akbar, (2019), ditemukan bahwa kualitas pelayanan dan kecepatan akses layanan menjadi tantangan tersendiri yang berpengaruh langsung terhadap tingkat kepuasan pelanggan Grab di kota Amuntai. Hal serupa juga diperkuat oleh Tresiya et al., (2018), yang menyatakan bahwa pelayanan driver, kebersihan kendaraan, serta kejelasan informasi tarif menjadi indikator penting yang sering kali tidak terpenuhi dengan baik.

Secara lebih luas, penggunaan teknologi oleh mitra pengemudi juga berperan besar dalam menentukan kualitas pelayanan (Amirulkamar et al., 2023). Beberapa pengemudi, khususnya di wilayah yang belum terlalu familiar dengan sistem digital, mengalami kesulitan dalam penggunaan fitur-fitur aplikasi Grab, seperti navigasi, manajemen pesanan, dan penanganan komplain pelanggan (Tresiya et al., 2018). Hal ini mengindikasikan adanya kebutuhan pelatihan teknis dan pendampingan yang lebih masif, terutama di kota-kota yang baru berkembang seperti Gorontalo.

Di sisi lain, hasil penelitian dari Marati, (2016) menekankan pentingnya manajemen kewirausahaan pada platform transportasi online seperti Grab dan Go-Jek. Kurangnya inovasi lokal dan ketergantungan terhadap sistem pusat aplikasi membuat adaptasi layanan menjadi kurang responsif terhadap kebutuhan lokal. Hal ini dapat menjadi salah satu faktor penghambat utama di daerah yang memiliki karakteristik sosial budaya berbeda dari kota metropolitan. Kurangnya dukungan kebijakan lokal yang ramah terhadap ekosistem transportasi online juga menjadi bagian dari masalah struktural yang perlu dikaji lebih lanjut (Sahputri, 2023).

Gap riset yang dapat diidentifikasi dari ulasan literatur ini adalah minimnya penelitian berbasis lokal yang secara khusus menggali faktor-faktor penghambat pelayanan Grab di wilayah Gorontalo. Mayoritas penelitian hanya menyoroti aspek umum pelayanan di kota besar atau membandingkan antar platform tanpa mengkaji dimensi lokalitas. Padahal, faktor seperti budaya interaksi masyarakat, tingkat literasi digital, dan persepsi terhadap transportasi daring dapat sangat bervariasi antar daerah (Apriliani et al., 2020). Oleh karena itu, riset ini diarahkan untuk menyempitkan ruang kajian pada konteks Kota Gorontalo sebagai upaya menjembatani kekosongan data empiris.

Kekhawatiran lain yang turut mengemuka dalam penggunaan layanan Grab adalah aspek keamanan, terutama pasca maraknya laporan pelecehan atau pencurian yang dilakukan oleh oknum pengemudi. Meskipun tidak selalu terjadi, persepsi masyarakat terhadap keamanan layanan tetap menjadi faktor pembentuk keputusan dalam memilih moda transportasi (Farisi & Siregar, 2020). Hal ini semakin penting ditelaah mengingat Kota Gorontalo mulai menunjukkan tren peningkatan pengguna layanan daring, yang tentu menuntut sistem keamanan digital dan operasional yang lebih adaptif.

Selain itu, isu tarif dinamis dan transparansi biaya sering kali menjadi sumber keluhan dari pelanggan. Kebijakan diskon dan promosi yang awalnya menjadi daya tarik, dalam jangka panjang dapat menimbulkan ketidakpastian dalam penentuan harga layanan, yang berdampak pada loyalitas pelanggan. Ini diperjelas dalam penelitian oleh Syamsir, (2023); Farisi & Siregar, (2020) yang menunjukkan ketidakpuasan pelanggan akibat perubahan harga yang tidak konsisten serta ketidaksesuaian estimasi waktu kedatangan driver. Faktor ini patut dikaji lebih lanjut secara lokal untuk melihat bagaimana ketidaksesuaian tersebut berdampak terhadap pengguna di Gorontalo (Nurdin, 2019).

Dengan mempertimbangkan kompleksitas tersebut, maka penting untuk dilakukan penelitian yang mendalam terhadap faktor-faktor penghambat pelayanan jasa transportasi online Grab secara spesifik di Kota Gorontalo. Penelitian ini diharapkan dapat mengidentifikasi hambatan struktural, operasional, serta sosial yang mempengaruhi kualitas pelayanan dari perspektif pengguna maupun pengemudi. Dengan begitu, hasil riset dapat digunakan untuk memberikan rekomendasi strategis baik bagi perusahaan penyedia jasa, pemangku kebijakan lokal, maupun masyarakat secara umum dalam rangka meningkatkan kualitas pelayanan transportasi daring di daerah ini.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif adalah pengumpulan data pada suatu latar alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci. Pengambilan sampel sumber data dilakukan secara purposive dan snowball, teknik pengumpulan dengan triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi (Sugiyono, 2011).

Penelitian kualitatif banyak digunakan dalam penelitian di bidang sosial. Penelitian kualitatif merupakan suatu penelitian yang hasil penelitiannya tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau metode kuantifikasi yang lain. Peneliti biasanya menggunakan pendekatan naturalistik untuk memahami suatu fenomena tertentu. Penelitian kualitatif berusaha mendapatkan pencerahan, pemahaman terhadap suatu fenomena dan ekstrapolasi pada situasi yang sama.

Penelitian kualitatif tidak menggunakan statistik, tetapi melalui pengumpulan data analisis, kemudian diinterpretasikan. Biasanya berhubungan dengan masalah sosial dan manusia yang bersifat interdisipliner, fokus pada multimethod, naturalistik dan interpretatif (dalam pengumpulan data, paradigma, interpretasi). Penelitian kualitatif ini merupakan penelitian yang menekankan pada pemahaman mengenai masalah-masalah dalam kehidupan sosial berdasarkan kondisi realitas atau *natural setting* yang holistik, kompleks, dan rinci. Penelitian yang menggunakan pendekatan induksi yang mempunyai tujuan penyusunan konstruksi teori atau hipotesis melalui pengungkapan fakta merupakan penelitian yang menggunakan paradigma kualitatif (Anggito & Setiawan, 2018).

State of the Art

Dalam merumuskan dan mengarahkan fokus kajian, penelitian ini mengacu pada sejumlah studi terdahulu yang relevan baik yang telah terpublikasi secara formal maupun yang belum dipublikasikan secara luas, namun tetap memiliki kontribusi signifikan terhadap pemahaman isu yang dikaji. Pemaparan terhadap hasil-hasil penelitian sebelumnya bertujuan untuk membangun kerangka konseptual yang kuat serta menempatkan penelitian ini dalam posisi yang tepat dalam lanskap kajian ilmiah yang telah ada. Dengan demikian, bagian ini tidak hanya menyajikan tinjauan terhadap temuan-temuan sebelumnya, tetapi juga menjadi landasan untuk mengidentifikasi celah penelitian (*research gap*) yang masih belum terisi secara komprehensif, khususnya dalam konteks pelayanan jasa transportasi online Grab di wilayah lokal seperti Kota Gorontalo.

Penelitian yang dilakukan oleh Sesilia Chandra Dewi, 2020 dengan Judul Perilaku komunikasi driver Transportasi Online dengan penggunaannya. Jenis penelitian Deskriptif Kualitatif. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa komunikasi yang dilakukan oleh driver ojek online Go-Ride dengan customernya meliputi komunikasi verbal. Selain itu juga dalam penelitian ini ditemukan hambatan komunikasi yang terjadi ketika driver dan customernya melakukan proses komunikasi.

Penelitian berikutnya oleh Moh. Amiruddin, 2020 dengan Judul Pola komunikasi driver ojek online Grab-Bike pada Pelayanan *Customer* di Kota Malang. Jenis penelitian Deskriptif Kualitatif. Hasil Penelitian Tiga pola komunikasi yaitu komunikasi sirkuler atau dua arah, komunikasi linier atau satu arah, dan juga pola komunikasi herikal atau spiral. Pola-pola komunikasi tersebut dapat menciptakan kesan baik pada customer saat berkendara dengan driver ojek online dan driver pula dapat mengatasi hambatan-hambatan yang bisa terjadi dalam proses komunikasi.

Penelitian berikutnya oleh Nadia dwi, Nailla Putri dan H.Misbahul Munir, 2021 dengan Judul Analisa kualitas pelayanan melalui pola komunikasi Driver Go-Ride dalam meningkatkan Kepuasan pelanggan dan Kesejahteraan pengemudi (Studi kasus ojek online Go-Jek di Kabupaten Jember). Jenis penelitian Deskriptif Kualitatif. Hasil studi mendeskripsikan kepuasan pelanggan pada pengguna jasa Ojek Online. Serta mengetahui kesejahteraan pengemudi Ojek Online. Dan didapat hasil bahwa pengemudi

Ojek Online menggunakan tiga pola komunikasi dalam melakukan proses komunikasi dengan *customernya*.

Konsep Pelayanan Publik

Pelayanan publik merupakan bagian integral dari fungsi pemerintahan yang bertujuan memenuhi kebutuhan dasar masyarakat. Istilah publik berasal dari bahasa Inggris *public*, yang berarti umum, masyarakat, atau negara. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), publik diartikan sebagai "orang banyak" atau "masyarakat umum", sedangkan pelayanan dimaknai sebagai upaya untuk membantu menyiapkan atau mengurus apa yang diperlukan oleh orang lain (KBBI, 2023).

Menurut Mozin, Arkani, (2025), publik mengacu pada masyarakat luas yang menjadi objek dari kebijakan atau layanan yang disediakan oleh negara. Oleh karena itu, pelayanan publik dapat dipahami sebagai penyelenggaraan pelayanan kepada masyarakat oleh aparatur negara sebagai bagian dari kewajibannya dalam menjamin hak-hak warga negara (Imbaruddin, 2020).

Adiatma et al., (2023) mendefinisikan pelayanan publik sebagai sistem yang dibangun dalam tubuh pemerintahan untuk memberikan pemenuhan terhadap berbagai kebutuhan dasar masyarakat, baik barang maupun jasa. Pelayanan ini harus dilaksanakan secara menyeluruh dan sesuai ketentuan, sehingga mencerminkan tanggung jawab institusional terhadap kepentingan rakyat.

Lebih lanjut, Sinambela (dalam Pasolong, 2013:128) menyatakan bahwa pelayanan publik adalah setiap kegiatan yang dilakukan oleh pemerintah terhadap sekelompok orang atau komunitas, yang memiliki tujuan memberikan keuntungan sosial atau kepuasan kolektif, meskipun tidak selalu menghasilkan produk fisik yang nyata. Dengan kata lain, orientasi pelayanan publik bukan semata-mata bersifat material, tetapi juga menyangkut kepuasan psikologis, kenyamanan, dan keadilan akses terhadap layanan.

Penguatan terhadap konsep ini juga diberikan oleh Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik. Dalam peraturan ini, pelayanan publik didefinisikan sebagai kegiatan atau rangkaian kegiatan dalam rangka pemenuhan kebutuhan pelayanan sesuai dengan peraturan perundang-undangan bagi setiap warga negara dan penduduk atas barang, jasa, dan/atau pelayanan administratif yang disediakan oleh penyelenggara pelayanan publik (Rachman, 2021). Undang-undang ini menegaskan bahwa pelayanan publik tidak hanya bersifat administratif tetapi juga menyangkut aspek sosial dan kemanusiaan yang mendasar.

Kualitas pelayanan publik berkaitan erat dengan tingkat kepuasan pengguna layanan. Mustanir & Abadi (2017) serta Mustanir & Yasin (2018) menegaskan bahwa pelayanan yang bermutu mampu menciptakan kepuasan yang tinggi di kalangan masyarakat. Ketika pelayanan diberikan secara optimal, profesional, dan akuntabel, maka akan tumbuh kepercayaan publik terhadap penyelenggara layanan. Hal ini pada gilirannya menciptakan hubungan yang konstruktif antara pemerintah dan masyarakat.

Ahmad Mustanir (2022) juga menambahkan bahwa ruang lingkup pelayanan publik meliputi tiga kategori utama, yaitu: (1) pelayanan barang publik, seperti air bersih dan infrastruktur; (2) pelayanan jasa publik, seperti pendidikan dan kesehatan; serta (3) pelayanan administratif, seperti pengurusan dokumen kependudukan. Ketiganya diatur dalam kerangka hukum yang jelas, dan memerlukan peran pembina serta penanggung jawab agar pelaksanaannya berjalan dengan baik dan dapat dipertanggungjawabkan.

Berdasarkan paparan tersebut, pelayanan publik tidak hanya merupakan kewajiban negara, tetapi juga instrumen strategis dalam memperkuat kepercayaan publik, mewujudkan keadilan sosial, serta meningkatkan kualitas hidup masyarakat secara keseluruhan. Oleh sebab itu, studi dan evaluasi terhadap penyelenggaraan pelayanan publik menjadi penting untuk terus dilakukan, termasuk dalam konteks pelayanan jasa transportasi online seperti Grab yang dewasa ini menjadi bagian dari layanan publik berbasis teknologi digital.

Kualitas Pelayanan Publik

Kualitas pelayanan (*service quality*) telah menjadi faktor yang menentukan dalam menjaga keberlangsungan suatu organisasi birokrasi pemerintah maupun organisasi

perusahaan. Pelayanan yang baik dan sesuai dengan kebutuhan pengguna jasa publik, sangat penting dalam upaya mewujudkan kepuasan pengguna jasa publik (*customer satisfaction*)

Pada saat lingkungan bisnis bergerak ke suatu arah persaingan yang semakin ketat dan kompleks, dimana titik tolak strategi bersaing selalu diarahkan kepada asumsi, bahwa kondisi pasar sudah bergeser dari “*seller market*” ke “*buyer market*”, maka sebagai kata kuncinya menurut Husaini (1998) adalah memenangkan persaingan pasar melalui orientasi strategi pada manajemen pelayanan prima (*excellent service management*)

Berkaitan dengan hal ini, telah muncul konsep “*reinventing government*”. Konsep *reinventing government* yang diprakarsai oleh David Osborne dan Ted Gaebler pada intinya diorientasikan pada penciptaan suatu nilai (*improved quality*) sehingga para pengguna jasa publik, dapat terpusatkan misalnya dari segi kualitas, harga yang kompetitif maupun penyediaanya yang cepat.

Untuk mewujudkan kondisi sebagaimana pemahaman terhadap faktor kunci eksternal dengan cara : *Pertama*, Memulai mengenali dinamika customers need and wants; *Kedua*, Mengembangkan suatu kerangka pendekatan kearah pencapaian kepuasan pelanggan; *Ketiga*, Pertemuan tujuan badan usaha dalam rangka pencapaian kepuasan pelanggan (Husaini, 1998)

Faktor-faktor eksternal tersebut, perlu direspons setiap puncak pimpinan baik dalam pimpinan dalam organisasi birokrasi maupun perusahaan, dengan mengintegrasikan berbagai unsur atau elemen guna menghasilkan produk layanan yang dapat memuaskan pengguna jasa. Subtansinya adalah perlunya perbaikan kinerja organisasi yang diorientasikan pada keseluruhan proses untuk menciptakan “*value to customer*” yang terkait dengan aspek mutu produk jasa, waktu pembuatan dan penyerahan (*cycle time*), biaya yang rendah serta produktivitas yang sangat. Jika demikian halnya, maka pucuk pimpinan itu, memiliki peranan sentral dalam meningkatkan kualitas pelayanan, sehingga mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan, oleh karena itu pucuk pimpinan dituntut memiliki visi kebijakan dan strategi yang jelas (Rinaldi, 2012).

Transportasi Online

Menurut peneliti, transportasi *Online* adalah perpindahan manusia atau barang dengan menggunakan kendaraan (motor dan mobil) yang mengikuti serta memanfaatkan perkembangan ilmu pengetahuan (teknologi) yang berbasis internet melalui aplikasi yang terdapat di smartphone untuk melakukan kegiatan transaksinya. Mulai pemesanan, pemantauan jalur, pembayaran dan penilaian terhadap pelayanan jasa itu sendiri, aplikasi tersebut menyediakan dan menawarkan fitur layanan-layanan kepada pengguna jasa atau konsumen, aplikasi Grab juga akan menghubungkan antara penyedia jasa yang disebut pengemudi dengan pengguna jasa yang disebut konsumen (Fakhriyah, 2020).

Bisnis transportasi berbasis *online* telah merambah ke berbagai kota di Indonesia salah satunya di kota Gorontalo, membuat ratusan bahkan ribuan orang akhirnya memutuskan untuk beralih profesi sebagai pengemudi transportasi *online* untuk mendapatkan penghasilan yang lebih baik. Transportasi *online* telah berkembang menjadi layanan untuk kebutuhan sehari-hari seperti mengantarkan barang, membeli makanan dan beberapa kebutuhan lainnya (Rambe, 2021).

Fenomena Ojek *Online* ini menjawab kekhawatiran masyarakat tentang jaminan keamanan di dalam transportasi umum. Ojek *online* ini menjawab kekhawatiran masyarakat dengan kelebihan aplikasi berbasis data, dimana masyarakat bisa mengetahui identitas drivernya. Dengan kelebihan ini, masyarakat bisa mengetahui siapa yang akan mengetahui siapa yang akan menjadi *driver* ojek pesannya, lengkap dengan data diri *driver* bersangkutan. Dalam aplikasi Ojek *online* ini sangat mengedepankan faktor keamanan si pengguna. Biasanya di dalam aplikasi sudah tersedia informasi lengkap tentang pengemudi seperti nama, kontak, dan foto pengemudi, kemudian layanan Ojek ini hanya bisa didapatkan melalui pemesanan via aplikasi Grab, sehingga pelanggan dapat memastikan keamanan dan akuntabilitasnya.

Dalam proses penyampaian inovasi Ojek *Online* yang menggabungkan transportasi dengan perkembangan teknologi komunikasi tepat guna yang berbasis internet, pastinya Grab-Bike menggunakan berbagai saluran atau media penyampai inovasi tersebut. Pertama adalah menggunakan media sosial, media televisi dan *Interpersonal Communication Approach* yang secara sengaja direncanakan dan direalisasikan perusahaan agar inovasi ini dapat diketahui oleh masyarakat luas (Anindhita et al., 2016).

Faktor-Faktor Penghambat Pelayanan Jasa Transportasi Online

Faktor-Faktor yang menghambat pelayanan jasa transportasi Online terdiri dari faktor internal dan eksternal yaitu (1) Sumber daya manusia, (2) Armada, (3) Tarif, (4) Aplikasi, (5) Waktu respon. Sedangkan faktor eksternal yang diduga mempengaruhi adalah (1) Infrastruktur jalan, (2) Regulasi pemerintah, (3) Keamanan dan Keselamatan, (4) Permintaan konsumen, (5) Bersaing dengan aplikasi serupa.

Berikut beberapa Faktor Internal dan eksternal penghambat pelayanan jasa transportasi *online*:

Sumber daya manusia (SDM)

Sumber daya manusia adalah semua manusia yang terlibat didalam suatu organisasi dalam organisasi dalam mengupayakan terwujudnya tujuan organisasi tersebut. Menurut Ndraha (dalam Sutrisno (2009:4), sumber daya manusia berkualitas tinggi adalah sumber daya manusia yang mampu menciptakan bukan saja nilai komperatif tetapi juga nilai kompetitif, generatif, inovatif dengan menggunakan energi tertinggi seperti, *intelligence, creativity, dan imagination*, tidak lagi semata-mata menggunakan energi kasar, seperti bahan mentah, lahan, air tenaga otot, dan sebagainya. Sumber daya manusia diartikan sebagai sumber dari kekuatan yang berasal dari manusia-manusia yang dapat didaya gunakan oleh organisasi. Jadi sumber daya manusia (SDM) adalah semua orang yang terlibat yang bekerja untuk mencapai tujuan perusahaan.(Huzain, 2021)

Transportasi merupakan kegiatan lapangan yang sangat penting dalam kehidupan masyarakat Indonesia karena pentingnya transportasi bagi masyarakat Indonesia disebabkan oleh beberapa faktor. Faktor tersebut antara lain salah satunya adalah situasi geografis. Definisi jalur transportasi online adalah transportasi umum yang biasa digunakan yaitu mesin-mesin canggih berbasis aplikasi yang dilengkapi dengan fitur pelacakan posisi tetapi dapat dioperasikan secara mandiri, baik untuk pemesanan maupun pembayaran (Fachrurrozy et al., 2023).

Tarif

Tarif merupakan penentuan dari suatu produk yang merupakan titik pertemuan dari produk yang ditawarkan dengan permintaan akan produk yang dimaksud. Menurut Kotler dan Armstrong, harga adalah jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk dan jasa, atau jumlah dari nilai yang dipertukarkan konsumen untuk manfaat memiliki atau menggunakan produk dan jasa.

Menurut Gitosudarmo tarif adalah sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah barang beserta jasa-jasa tertentu atau kombinasi dari keduanya. Tarif merupakan faktor kendali kedua yang dapat ditangani oleh manajemen penjualan atau pemasaran untuk memahami inti pokok tentang pengambilan keputusan yang menyangkut penetapan tarif.

Menurut Kotler dan Keller mendefinisikan tarif adalah satu unsur bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan sedangkan yang lainnya menghasilkan biaya. Hasan berpendapat bahwa harga adalah segala bentuk biaya moneter yang dikorbankan oleh konsumen untuk memperoleh, memiliki, memanfaatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanan dari suatu produk.

Tarif atau harga dapat dinyatakan dalam beberapa istilah, misalnya iuran, tarif, komisi, upah, gaji dan lainnya sebagainya. Transportasi online diatur dalam peraturan menteri perhubungan No 12 tahun 2019 yang memuat tentang digunakan untuk kepentingan masyarakat. Dan keputusan Menteri Perhubungan No 348 tahun 2019 tentang pedoman perhitungan biaya jasa penggunaan sepeda motor yang digunakan untuk kepentingan masyarakat yang dilakukan dengan aplikasi. Penelitian ini membahas mengenai peraturan pemerintah satu tarif yaitu keputusan Menteri Perhubungan No 348 tahun 2019. Adapun indikator dalam KP No 384 tahun 2019 yaitu :

a. Biaya jasa batas bawah (TBB)

Tarif batas bawah yaitu penetapan tarif yang ditetapkan berdasarkan ongkos yang dikeluarkan untuk melaksanakan jasa transport tersebut, atau sering disebut sebagai *cost of service principle*, yang merupakan tingkat minimum. Dibawah tingkat tersebut jasa transport tidak dapat diselenggarakan, karena pemilik kendaraan akan mengalami kerugian. Tarif batas bawah atau TBB ini merupakan tarif yang telah dihitung dengan memperhatikan biaya produksi yang dikeluarkan oleh pengemudi, penyusunan kendaraan, dan harta lainnya yang dipergunakan oleh pengemudi untuk memproduksi jasa, biaya komisi aplikasi, serta memperhitungkan pendapat pengemudi yang layak.

b. Biaya jasa batas atas (TBA)

Tarif batas (*value of service principle*) artinya tarif angkutan ditetapkan berdasar dari nilai muatan yang diangkut. Semakin tinggi nilai muatan tersebut maka tarifnya akan semakin mahal. Tarif batas atas adalah tarif dasar maksimal atau tarif termahal yang digunakan sebagai dasar untuk menetapkan tarif termahal yang digunakan sebagai dasar untuk menetapkan tarif pada jarak maksimal dan permintaan yang tinggi, tarif tidak boleh melebihi batas tarif atas. Penerapan tarif batas atas (TBA) lebih untuk ke perlindungan tarif batas atas(TBA) lebih untuk ke perlindungan ke konsumen menggunakan jasa ojek online dengan adanya ketentuan tarif batas atas ini aplikasi tidak bisa menaikkan harga semena-mena ketika pengguna menggunakan jasa dijam-jam sibuk.

c. Biaya jasa minimal

Biaya jasa minimal adalah biaya jasa untuk menetapkan harga minimal 4km pertama (TRI, 2022).

Waktu respon

Ukuran waktu yang dibutuhkan suatu sistem atau unit fungsional untuk bereaksi terhadap masukan atau permintaan yang diberikan. Secara sederhana ini adalah seberapa cepat suatu sistem menanggapi atau merespon sesuatu.

Faktor eksternal terdiri dari :

Keselamatan dan keamanan

Kementrian Perhubungan Republik Indonesia telah mengeluarkan beberapa peraturan untuk mengatur operasional layanan transportasi *online*. Salah satu yang signifikan adalah peraturan Menteri Perhubungan Nomor 118 Tahun 2018 tentang Penyelenggaraan Angkutan Sewa Khusus. Peraturan ini menetapkan berbagai ketentuan, mulai dari persyaratan teknis dan *administratif* untuk penyedia layanan. Hingga aspek keamanan dan keselamatan penumpang. Peraturan ini dibuat untuk menjamin bahwa layanan transportasi *Online* beroperasi dengan standar yang memadai dan melindungi kepentingan penumpang, regulasi mengharuskan penyedia layanan transportasi *online* seperti Grab untuk memperoleh lisensi dan izin operasi yang perusahaan harus mendaftarkan armadanya dan memastikan bahwa semua kendaraan memenuhi standar teknis dan operasional yang ditetapkan oleh kementrian perhubungan. Selain itu, pengemudi juga diwajibkan memiliki SIM (Surat Izin Mengemudi) yang sesuai dan sertifikat uji KIR untuk kendaraannya persyaratan ini bertujuan untuk memastikan bahwa layanan yang diberikan aman dan sesuai dengan peraturan yang berlaku. Dan juga wajib memastikan bahwa semua kendaraan dilengkapi dengan fitur keselamatan yang memadai dan pengemudi telah mendapatkan pelatihan yang tepat (Maruru et al., 2024).

Permintaan konsumen

Banyaknya orang sekarang berpartisipasi dalam kegiatan diluar ruangan, dan banyak yang lebih suka mengendarai kendaraan *online* daripada memiliki mobil sendiri, akan tetapi adanya beberapa keluhan dari para konsumen sehingga berdampak pada kesetiaan serta jumlah permintaan dan sangat berdampak pada kepuasan pelanggan, kemudian ada beberapa keluhan konsumen terkait dengan kepuasan pada transportasi *online* yang digunakan yaitu: Pelapor (22,3%) meminta driver membatalkan, 989 Pelapor (21,19%) bermasalah mendapatkan driver, 757 driver (16,22%) membatalkan secara sepihak, aplikasi map rusak/cacat 612 pelapor (13,11), penurunan aktivitas iklan 6301 Pelapor. 296 Pelapor (6,34%) pengemudi yang tidak datang, 282 Pelapor (6,04%) kendaraan dalam keadaan kondisi buruk, 275 (5,98%) kenaikan harga, 221 pengemudi lengah (4,73%), kendaraan berbau asap rokok 215 pelapor (4,61%) dan 35 pelapor (0,75%)

pengemudi yang merokok saat mengemudi. Keluhan tertentu yang diajukan oleh pelanggan terkait fasilitas yang disediakan oleh layanan transportasi *online* ini, yang berdampak pada kesetiaan dan kepuasan mereka terhadap layanan transportasi *online*.

Persaingan dengan armada lain

Transportasi online merupakan angkutan online yang pemesanannya sangat mudah melalui aplikasi yang dapat diunduh dari Playstore, misalnya Go-jek menawarkan layanan pengiriman penumpang, pengiriman barang, belanja bahan makanan dan barang dagangan, ada juga maxim yang hanya menawarkan layanan seperti penjemputan penumpang dan pengiriman paket. Ada banyak pilihan transfer *online*, sehingga setiap aplikasi memiliki harga dan kualitas yang berbeda. Go-jek dulu murah, tetapi sekarang sangat mahal pesaing Maxim, di sisi lain, menawarkan harga yang jauh lebih rendah daripada pesaingnya. Saat menetapkan harga dan kualitas pelayanan, bisnis harus menawarkan harga dan kualitas layanan yang sesuai kepada konsumen agar mereka dapat memilih. Setiap aplikasi memiliki kelebihan masing-masing. Gojek yang memiliki keunggulan seperti Gopay untuk kemudahan pembayaran *cashless*, dan Maxim yang memiliki keunggulan seperti harga yang jauh lebih murah. Memeriksa harga juga semakin penting, karena setiap harga yang ditetapkan oleh perusahaan mengarah pada permintaan yang berbeda untuk suatu produk.

Hal ini juga didukung oleh peneliti Farisi & Siregar (2020) yang menunjukkan bahwa permintaan dan harga berbanding terbalik. Semakin tinggi harga, semakin rendah permintaan konsumen tersebut. Sebaliknya, semakin rendah harga, akan semakin tinggi permintaan konsumen, oleh karena itu perusahaan harus benar-benar memperhatikan penetapan harga yang wajar (Fauzi et al., 2023).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Faktor Internal

Keamanan dan keselamatan

Keamanan dan keselamatan merupakan aspek penting yang harus diperhatikan dalam menggunakan Transportasi Online terutama untuk aplikasi Grab itu sendiri. Karena masih terdapat berbagai macam masalah baik dari keamanan maupun kurangnya kenyamanan pengguna Grab itu sendiri.

Transportasi online sudah menjadi sebuah moda alternatif yang diinginkan masyarakat setelah sebelumnya masyarakat harus menggunakan transportasi konvensional yang menuai beberapa masalah seperti minimnya keamanan dan kenyamanan ketika menggunakan bus umum yang seringkali sudah tidak layak beroperasi maupun faktor-faktor lainnya (Wijaya, 2016).

Menyadari pentingnya peranan transportasi, maka lalu lintas dan angkutan jalan harus ditata dalam suatu sistem transportasi nasional secara terpadu dan mampu mewujudkan ketersediaan jasa transportasi yang sesuai dengan tingkat kebutuhan lalu lintas dan pelayanan angkutan yang tertib, nyaman, cepat, lancar dan berbiaya murah (Muhammad, 1998) (Putri & Diamantina, 2019)

Akan tetapi, tidak adanya training secara langsung kepada pengemudi membuat beberapa pengemudi sering kali melupakan keamanan terutama kenyamanan terhadap penumpang, sehingga banyaknya kasus-kasus yang sering viral di sosial media diluar kota maupun di Kota Gorontalo.

Permintaan Konsumen

Permintaan pada jasa transportasi Online Grab sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor. Konsumen menginginkan layanan yang cepat, aman, nyaman, dan terjangkau. Selain itu faktor kepercayaan dan kepuasan pelanggan juga memegang peranan penting dalam mempertahankan loyalitas pelanggan terhadap Grab. Di Kota Gorontalo sendiri permintaan konsumen terhadap Grab semakin meningkat, masyarakat menyambut layanan transportasi online sebagai bagian dari modernisasi transportasi.

Pada November 2024 Pemprov Gorontalo meluncurkan program wisata "Keliling Gorontalo bareng Grab dan Ovo". Branding pada mobil dan bentor wisata menggunakan QRIS di dalam kendaraan, selebaran, dan pelatihan service excellence untuk mitra Grab,

Strategi ini bertujuan memadukan layanan transportasi online dengan sektor pariwisata, sekaligus meningkatkan penggunaan Grab di kota.

Jadi untuk permintaan konsumen sendiri di Kota Gorontalo sudah dilakukan upaya agar lebih meningkat akan tetapi berdasarkan data yang ada Grab masih kalah dengan layanan transportasi Online lainnya seperti Maxim .

Persaingan dengan armada lain

Studi Universitas Negeri Gorontalo (2022) menunjukkan bahwa 81,9% pengguna transportasi online di Gorontalo memilih Maxim, salah satunya karena faktor biaya yang lebih hemat dibandingkan Grab (7,7%). Konsumen di Gorontalo lebih terbiasa dan nyaman menggunakan Maxim, terutama karena aplikasi ini lebih dulu populer di wilayah tersebut daripada Grab atau Gojek.

Akan tetapi Grab selalu unggul dari sisi ekosistem (GrabFood, GrabMart, GrabExpress) meskipun penggunaanya di Kota Gorontalo belum seintens Kota Besar. Sedangkan dengan layanan transportasi online lainnya seperti Maxim lebih unggul dari sisi harga dan sebaran mitra karena lebih banyaknya pengemudi lokal akan tetapi harga kadang tidak konsisten berbeda dengan Grab yang selalu memberikan harga yang konsisten meskipun tidak sempurna aplikasi Maxim.

Oleh karena itu dapat disimpulkan Grab dengan persaingan armada lainnya di Kota Gorontalo belum terbilang unggul dan sangat diminati dan menjadi pilihan utama warga lokal di Kota Gorontalo.

Faktor eksternal

Sumber daya manusia

Sumber daya manusia (SDM) dalam transportasi online seperti Grab, memegang peran sentral dalam keberhasilan operasional dan layanan. SDM di sektor ini bukan hanya pengemudi, tetapi juga mencakup tim manajemen, *customer service*, teknisi aplikasi, hingga mitra merchant (Katili et al., 2024).

Tantangan sumberdaya manusia di transportasi online yaitu tekanan sosial dan ekonomi seperti banyaknya mitra menjadikan ini sebagai kerja sambilan, bukan utama (Alhadar et al., 2023). Pelayanan yang tidak merata sehingga terjadi kurangnya standar pelayanan minimal, fluktuasi jumlah mitra pengemudi sehingga memberikan dampak tidak stabilnya layanan pada saat jam sibuk (Hendriana et al., 2023; Amirulkamar et al., 2023).

Peran SDM merupakan kunci utama dalam operasional transportasi online sedangkan jenis sumberdaya manusia yaitu Pengemudi, merchant, manajemen, teknisi. Di kota Gorontalo sendiri untuk program pelatihan hanya melalui online sehingga masih kurangnya standar pelayanan minimal.

Tarif

Tarif jasa transportasi online adalah nominal pembayaran yang ditetapkan berdasarkan jarak tempuh, waktu perjalanan, permintaan pasar, dan jenis layanan, yang dibayarkan oleh pengguna kepada mitra pengemudi melalui platform aplikasi digital ataupun pembayaran secara langsung (Katili & Tueno, 2020).

Di Kota Gorontalo sendiri tarif untuk pengguna layanan Grab terbilang murah meskipun masih kalah murah dengan aplikasi layanan transportasi online lainnya seperti Maxim akan tetapi untuk tarif Grab selalu konsisten, Ditetapkan oleh Kementerian Perhubungan (Kemenhub) melalui sistem zonasi (misalnya Zona 1 untuk Jawa, Zona 3 untuk Sulawesi).

Setiap zona punya batas tarif bawah dan tarif atas, yang harus dipatuhi oleh semua penyedia layanan transportasi online. Contoh: Zona 3 (Gorontalo) → tarif 0–4 km: Rp 9.200–11.000; selanjutnya per km Rp 2.300–2.750. Di Kota Gorontalo sekarang aplikasi Grab sudah bisa melakukan negosiasi pembayaran langsung sehingga tidak harus sesuai dengan harga yang ditentukan aplikasi sehingga semakin meningkatnya peminat dari aplikasi Grab.

Waktu respon

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun tidak ada angka resmi dari Grab, pengalaman para pengguna menunjukkan bahwa Grab lebih cepat dibandingkan

dengan layanan transportasi online seperti dalam hal pencocokan dan penerimaan pengemudi, dengan waktu biasanya kurang lebih 5 menit di jam non sibuk, terutama untuk pengguna dengan peringkat (rating) tinggi. Namun pada saat jam-jam sibuk atau cuaca yang buruk, biasanya memerlukan waktu yang lebih lama karena sistem menyamakan *ride* dan tarif lonjakan (Hendrayady et al., 2023).

Untuk Grab sendiri ada beberapa faktor yang mempengaruhi waktu respon yaitu pada saat jam sibuk, cuaca buruk, volume pesanan dan jumlah mitra yang aktif terutama lokasi restoran dan jarak tujuan menjadi faktor utama yang mempengaruhi waktu respon maupun waktu tunggu. Algoritma aplikasi Grab sendiri dapat memprioritaskan pengguna yang memiliki rating tinggi (Masaguni et al., 2024.).

Olehnya, waktu respon yang cepat suatu aplikasi atau support layanan memperkuat kepercayaan dan kepuasan pengguna dan semakin cepat waktu respon, semakin responsif pula aplikasi atau layanan dimata para pengguna. Dan jika suatu aplikasi transportasi online memiliki waktu respon yang lambat maka sangat berdampak langsung pada kenyamanan pengguna, kredibilitas layanan, dan efektivitas operasional.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian terhadap faktor-faktor penghambat pelayanan jasa transportasi online (Grab) di Kota Gorontalo, dapat disimpulkan bahwa terdapat hambatan baik dari aspek internal maupun eksternal. Dari sisi eksternal, tingkat persaingan layanan transportasi online di Kota Gorontalo yang terbilang cukup banyak dengan berbagai tawaran harga. Dari sisi internal, terutama dalam training, monitoring kinerja internal sehingga membuat kualitas layanan kurang maksimal dan juga masih kurangnya pengemudi lokal turut menjadi faktor penghambat jasa layanan transportasi online di Kota Gorontalo.

Dari enam aspek yang menghambat jasa layanan transportasi online di Kota Gorontalo, persaingan dengan armada lain menjadi salah satu faktor penghambat layanan jasa transportasi online (Grab) di Kota Gorontalo karena dengan adanya jasa transportasi online lain yang lebih menawarkan harga lebih murah dan layanan yang hampir sama sehingga Grab di Kota Gorontalo belum menjadi pilihan utama bagi masyarakat di Kota Gorontalo. Tidak adanya pelatihan tatap muka sehingga kurangnya efektivitas dalam kualitas layanan dalam sikap, keandalan driver, serta isu keamanan dan screening yang memadai.

Oleh karena itu Lakukan *background check* dan sediakan fitur SOS, pelacakan real-time, dan transparansi rating menjadi pengaruh paling penting dalam pelayanan yang maksimal dan juga perusahaan harus mementingkan kesejahteraan pengemudi transportasi online yang baik juga harus memastikan kesejahteraan pengemudi, termasuk pendapatan yang adil, kondisi kerja yang layak, dan akses ke fasilitas yang dibutuhkan. Dengan memperhatikan aspek-aspek ini, transportasi online dapat terus berkembang menjadi layanan yang lebih efisien, aman, dan bermanfaat bagi masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiatma, T., Harahap, T. K., Hendrayady, A., Anto, R. P., Mariam, I., Ainurrahmah, Y., & Tui, F. P. (2023). Manajemen Pelayanan Publik: Teori Dan Praktik. *Penerbit Tahta Media*.
- Agussalim, S. O., & Jan, A. B. H. (2018). Pengaruh harga dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen jasa transportasi online Go-Jek di Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4).
- Alhadar, S., Hasan, K. K., Sahi, Y., Monoarfa, R. F., & Rahman, S. (2023). Analisis Kualitatif Faktor Penghambat Ekspor Jagung di Era New Normal (Studi Kasus Pt. Segar Pangan Sejahtera Kabupaten Gorontalo). *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(2), 5993–6005.
- Amirulkamar, S., Mulya, S. M., Rahmatillah, P. R., & Dinatuzahra, D. (2023). Dinamika Pelayanan Publik Di Indonesia dalam Perspektif Responsibility Masyarakat Melalui Media Sosial. *TheJournalish: Social and Government*, 4(4), 351–361.
- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif*. CV Jejak (Jejak Publisher).
- Anggriana, R., Qomariah, N., & Santoso, B. (2017). Pengaruh harga, promosi, kualitas layanan

- terhadap kepuasan pelanggan jasa ojek online "OM-JEK" Jember. *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 7(2).
- Anindhita, W., Arisanty, M., & Rahmawati, D. (2016). Analisis Penerapan Teknologi Komunikasi Tepat Guna Pada Bisnis Transportasi Ojek Online. *Prosiding Seminar Nasional Indocompac Universitas Bakrie*, 2, 712–729.
- Apriliansi, A., Budhiluhoer, M., Jamaludin, A., & Prihandani, K. (2020). Systematic literature review kepuasan pelanggan terhadap jasa transportasi online. *Systematics*, 2(1), 12–20.
- Fachrurrozy, M., Sidi, R., & Zarzani, T. R. (2023). Kajian Hukum Tanggung Jawab Perusahaan Transportasi Online terhadap Keselamatan Konsumen. *Legalitas: Jurnal Hukum*, 15(1), 150–157.
- Fakhriyah, P. (2020). Pengaruh layanan transportasi online (Gojek) terhadap perluasan lapangan kerja bagi masyarakat di Kota Cimahi. *Comm-Edu (Community Education Journal)*, 3(1), 34–41.
- Farisi, S., & Siregar, Q. R. (2020). Pengaruh harga dan promosi terhadap loyalitas pelanggan pengguna jasa transportasi online di Kota Medan. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(1), 148–159.
- Fauzi, A., Maryadi, F., Afrillia, P., Armanda, F., Sulistyowati, W., Zahra, M. A., & Soza, D. (2023). Pengaruh Permintaan Harga, Promosi, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Transportasi Online. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Bisnis*, 3(1), 63–72.
- Hendrayady, A., Sari, A. R., Mustanir, A., Amane, A. P., Isa, R., Agusman, Y., & Arief, M. H. (2023). Manajemen pelayanan publik. *Pertama. Edited by DP Sari. Padang: Global Eksekutif Teknologi*.
- Hendriana, T. I., Werdiningsih, R., Samsara, L., IAN, S., Sintani, L., Barsei, A. N., AP, S., Sulistiani, I., Walujo, D., & Kom, M. I. (2023). *Manajemen Pelayanan Publik*. Cendikia Mulia Mandiri.
- Huzain, H. (2021). *Pengelolaan sumber daya manusia*.
- Imbaruddin, A. (2020). *Birokrasi, Akuntabilitas, Kinerja*. Deepublish.
- Katili, A. Y., Patadjenu, W., Alhadar, S., & Pariono, A. (2024). Implementasi teknologi e-filing dalam peningkatan kepatuhan bagi wajib pajak. *Jurnal Administrasi, Manajemen Sumber Daya Manusia Dan Ilmu Sosial (JAEIS)*, 3(2), 96–107.
- Katili, A. Y., & Tueno, N. S. (2020). Analisis Implementasi Kebijakan Pengaturan Pengoperasian Kendaraan Bentor Sebagai Moda Transportasi Di Gorontalo. *Publik (Jurnal Ilmu Administrasi)*, 9(1), 46–54.
- Marati, N. C. (2016). Pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi ojek online (Studi pada konsumen gojek di Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 4(3).
- Maruru, S. H. K., Lestari, T., Sholikah, D. I., Putra, T. H., & Hidayat, M. F. (2024). Tinjauan hukum terhadap regulasi dan pengawasan layanan transportasi online (studi kasus grab di indonesia). *JURNAL EKONOMI, SOSIAL & HUMANIORA*, 6(02), 176–183.
- Masaguni¹, O. S., Patadjenu, W., Hasan, K. K., Katili, A. Y., & Pasingi, M. R. (2024). Pemanfaatan artificial intelligence (AI) dalam meningkatkan inklusi ekonomi dan keuangan. *Publik: jurnal manajemen sumber daya manusia, administrasi dan pelayanan publik*.
- Novianto, D., & Akbar, A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Online. *Jurnal Ekonomi*, 24(2), 213–226.
- Nuridin, I. (2019). *Kualitas Pelayanan Publik (Perilaku aparatur dan komunikasi birokrasi dalam pelayanan publik)*. Media Sahabat Cendekia.
- Perangin Angin, L. (2001). *Hubungan Masyarakat Membina Hubungan Baik dengan Publik*. CV. Lalolo, Bandung.
- Putri, H. S., & Diamantina, A. (2019). Perlindungan Hukum Terhadap Keselamatan Dan Keamanan Pengemudi Ojek Online Untuk Kepentingan Masyarakat. *Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia*, 1(3), 392–403.
- Rambe, D. U. (2021). Analisis Pidana Penjelolan Aplikasi Sistem Transportasi Online (Studi Di Polrestabes Medan). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum [JIMHUM]*, 1(3).
- Sahputri, R. A. M. (2023). *Public Value Management: Model Tata Kelola Pelayanan Publik*. Universitas Brawijaya Press.
- Sri Yulianty Mozin, Syarifah Arkani, S. N. L. (2025). Pelayanan Publik dalam Perspektif Administrasi: Prinsip Kategori Barang, dan Jenis Layanan. *Profit: Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 4(2), 198–207. <https://doi.org/https://doi.org/10.58192/profit.v4i2.3321>
- Syamsir, M. S. (2023). *Motivasi dan Motivasi Pelayanan Publik dalam Manajemen SDM Sektor*

Publik. PT. RajaGrafindo Persada-Rajawali Pers.

- Tresiya, D., Djunaidi, D., & Subagyo, H. (2018). Pengaruh kualitas pelayanan dan kenyamanan terhadap kepuasan konsumen (studi pada perusahaan jasa ojek online go-jek di kota Kediri). *JIMEK: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 1(2), 208–224.
- TRI, J. U. (2022). *Pengaruh penerapan peraturan pemerintah satu tarif untuk transportasi online terhadap pendapatan driver transportasi online dalam perspektif ekonomi islam (studi pada driver ojek online di kota bandar lampung)*. Uin raden intan lampung.