

STUDI INTERPRETATIF IMPLIKASI SPIRITUALITAS TERHADAP KUALITAS LAYANAN PENGEMUDI GRAB SURABAYA

Sugiharto Gunawan

Program Studi Magister Manajemen, Universitas Surabaya, Surabaya, Indonesia

Email: sugiharto_gunawan@yahoo.com

Corresponding author: sugiharto_gunawan@yahoo.com

Abstrak

This study aims to determine the implications of spirituality on the quality of Grab Surabaya driver services. The research paradigm used is qualitative research. The subjects in this study were representatives of GrabTaxi driver partners and representatives of GrabTaxi passengers. The technique of determining the sources in this study was using purposive sampling. The method of data collection conducts field studies through interviews. The data analysis technique used in this study is qualitative data analysis. This study also uses the data validity test in the form of triangulation. The results of this study indicate that Grabcar drivers who have high spirituality will tend to have good ethics at work and not too much pursuit of bonuses in determining the length of their work. Grabcar drivers who have chosen jobs according to their passion will tend to be able to feel pleasure in carrying out the work. The reason and main motivation of the drivers preferring to be the driver of Grabcar is first, the economic factor to meet their needs and their families, besides being a driver of Grabcar, it is known that it also provides great benefits, especially in terms of the economy. Grabcar users' satisfaction with the quality of online taxi services in the city of Surabaya lies in the comfort, accuracy and safety of the passengers of the Grabcar itself.

Kata Kunci : *Spirituality, Service Quality, User Satisfaction*

PENDAHULUAN

Keberadaan transportasi berbasis online menjadi populer di masyarakat Indonesia, utamanya di kota-kota besar, sehingga keberadaannya bertambah semarak menghiasi keanekaragaman moda transportasi konvensional yang selama ini sudah terlebih dahulu ada. Meskipun keberadaannya mengandung pro dan kontra karena bagi yang menentang keberadaan transportasi online dianggap melanggar UU. No. 22 Tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan, dan PP No. 74 Tahun 2014 Tentang Angkutan Jalan serta Peraturan Menteri Dalam Negeri No. 101 Tahun 2014 Tentang Angkutan Jalan, karena tidak memiliki izin operasional dalam bentuk badan usaha sebagaimana diatur oleh peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Menurut data comScore per Desember 2017 tercatat sebanyak 15,73 juta orang menggunakan aplikasi transportasi online di ponsel Android. Diantaranya Go-jek, Grab, dan Uber (sebelum dibeli oleh Grab), yakni 29,6 persen dari seluruh pengguna aplikasi mobile, dengan kata lain satu dari empat pengguna aplikasi mobile di Indonesia memiliki aplikasi transportasi online di ponsel

Androidnya, baik Go-jek, Grab maupun Uber (www.idntimes.com). Kemajuan sistem transportasi yang ditandai dengan munculnya bisnis transportasi online telah mendorong masyarakat untuk memiliki lifestyle yang telah ditandai oleh kebebasan untuk berpindah tempat, kelancaran dalam pertukaran barang dan jasa, serta besarnya tingkat ketenagakerjaan dan mobilitas sosial yang tinggi. Dalam lifestyle sekarang masyarakat cenderung mengutamakan kepraktisan dan kemudahan dalam memperoleh transportasi online. Namun, fenomena yang terjadi saat ini seperti yang diungkapkan Kepolisian Resor (Polres) Bogor, Jawa Barat menjelaskan bahwa motif dugaan pembunuhan wanita muda dan pencurian dengan kekerasan oleh supir taxi online (www.tribunnews.com), menunjukkan bahwa pengemudi taxi online memiliki tingkat spiritual yang rendah. Spiritualitas yang diwujudkan dalam tempat kerja merupakan upaya untuk mencari dan menemukan tujuan bagi individu dalam kehidupan kerjanya untuk memiliki hubungan yang kuat dengan individu dan rekan kerja dan beberapa orang lain yang bekerja sama dalam pekerjaan dengan cara

dan juga memiliki keharmonisan atau kerjasama antara keyakinan dasar individu dengan nilai-nilai organisasi. Spiritualitas memiliki peran penting dalam memaksakan individu untuk lebih baik, seperti moralitas, keyakinan pada Tuhan, kejujuran, hati nurani, kepercayaan, suka memberi maaf dan kerja sama. Selain itu, spritualitas dipercaya dapat menjauhkan individu pada sifat keegoisan dan tidak pernah mengabaikan hak orang lain (Moghadam, et al., 2016).

Berdasarkan perspektif pelanggan, nilai-nilai spiritual yang dimiliki konsumen akan mempengaruhi pembentukan sikap dan menentukan dalam pemilihan produk atau layanan yang sesuai dengan nilai-nilai spiritual. Semakin kuat komitmen spiritual maka semakin kuat pengaruhnya terhadap perilaku ini diperkuat dengan perspektif organisasi atau perusahaan, spiritualitas memiliki keterkaitan erat dalam pemberian layanan kepada pelanggan, karena efek spiritualitas memiliki tujuan humanistik yang berkaitan dengan tidak mengabaikan hak orang lain (Gibbons, 2001). Hal ini juga menjadi landasan bagi perusahaan dalam memberikan layanan kepada pelanggan. Perusahaan yang bergerak di bidang jasa harus memastikan bahwa hak-hak pelanggan dalam menerima layanan perusahaan tidak terabaikan. Perhatian dan pemenuhan terhadap hak-hak pelanggan akan menjadi keunggulan perusahaan dalam pemberian pelayanan. Minat masyarakat untuk menggunakan transportasi online GrabTaxi dapat dikarenakan keamanan dari layanan ini. Pengguna jasa transportasi online, terutama perempuan umumnya tidak merasa takut dengan adanya tindakan kriminal seperti pelecehan, pencopetan, dan lain-lain yang seringkali terjadi di angkutan kota (angkot) dan taksi konvensional. Hal ini dikarenakan penumpang dapat melaporkan ketidaknyamanan pelayanan secara langsung kepada pelanggan office Grab. Disamping itu, GrabTaxi juga memberikan jaminan asuransi baik bagi pengemudi maupun penumpang. Grab merupakan industri ride-hailing pertama yang di anugerahi sertifikasi ISO 9001:2015 hal ini menunjukkan bahwa Grab memiliki manajemen sistem yang berkualitas (www.Grab.com). Hal ini diterapkan oleh Grab untuk menjaga kualitas layanan yang diberikan kepada para penggunanya, sebab dengan adanya sertifikasi ISO 9001:2015 maka Grab dapat memastikan kualitas pengemudi, mendapatkan umpan balik dari pengguna lebih

banyak, mempertahankan standar layanan yang tinggi dan konsisten, menjaga data privasi pengemudi dan pengguna, transparansi dan penelusuran yang lebih baik, serta mendorong batasan keamanan saat berkendara.



Gambar 1.

Sebaran Pengguna Aplikasi Transportasi Online di Indonesia

Di kota Surabaya sendiri perusahaan yang bergerak di bidang transportasi online tidak hanya Grab, namun juga terdapat perusahaan PT. Gojek Indonesia. Hal ini menyebabkan timbulnya persaingan antara Grab dengan PT. Gojek Indonesia. Konsumen akan semakin selektif dalam memilih salah satu diantara pilihan alternatif yang menurutnya sesuai dengan kebutuhan akan jasa transportasi. Mengantisipasi keadaan tersebut maka Grab harus bisa menciptakan kualitas layanan yang sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Silvestri et. al (2017) menjelaskan keunggulan kompetitif yang dimiliki oleh perusahaan bergantung pada kualitas layanan. Kualitas layanan sebagai ukuran seberapa baik tingkat layanan yang disampaikan sesuai dengan pengalaman pelanggan. Kualitas sebagai kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Kualitas jasa atau layanan itu sendiri harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir dengan kepuasan pelanggan serta persepsi positif terhadap kualitas jasa atau layanan (Kotler & Keller, 2012). Kualitas layanan yang tinggi dapat tercapai apabila secara konsisten memenuhi atau melampaui harapan pelanggan.

Pada perusahaan jasa, kualitas memberi keunggulan karena dapat membangun reputasi perusahaan (Elassy, et. al, 2014). Tuntutan konsumen dalam hal pelayanan yang diterima, menyebabkan perusahaan bertindak semaksimal mungkin untuk memberikan pelayanan yang terbaik bagi konsumen. Jiradilok, et al., (2014) mengemukakan bahwa kepuasan konsumen sangatlah penting sebab kecenderungan konsumen yang puas dengan layanan yang disediakan oleh perusahaan akan menjadi loyal dan melakukan

pembelian berulang. Uraian di atas menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan begitu penting karena ketidakpuasan yang dialami oleh pelanggan dapat menyebabkan pelanggan mudah untuk berubah pikiran dan beralih menggunakan layanan pesaing, sedangkan konsumen yang amat puas lebih sukar untuk mengubah pilihannya. Kepuasan yang tinggi menciptakan kelekatan emosional terhadap perusahaan, sehingga menumbuhkan kesetiaan. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “STUDI INTERPRETATIF IMPLIKASI SPIRITUALITAS TERHADAP KUALITAS LAYANAN PENGEMUDI GRAB SURABAYA.”

LANDASAN TEORI

Kualitas Layanan

Konsep kualitas layanan (*service quality*) pertama kali diperkenalkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry pada tahun 1985. Kualitas layanan merupakan perbandingan antara layanan yang dirasakan (*persepsi*) pelanggan dengan layanan yang diharapkan. Baik atau buruknya kualitas layanan tidak dapat ditentukan oleh pemberi jasa (*service provider*), karena konsumen memiliki kekuasaan untuk menentukan apakah layanan yang diterima sudah sesuai, melebihi, atau tidak sesuai dengan harapan. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk mengetahui harapan konsumen akan layanan tersebut. Apabila harapan konsumen terpenuhi, maka kualitas layanan dapat dikatakan baik (Saghier, 2015).

Kepuasan Konsumen

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk atau jasa terhadap ekspektasi mereka (Kotler, 2012). Sedangkan, menurut Zeithaml dan Bitner (2004 : 86) “Satisfaction is the pelanggan’s evaluation of a product or service in terms of whether that product or service has met their needs and expectation”. Kepuasan adalah evaluasi pelanggan terhadap suatu produk atau layanan yang telah memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan.

Menurut Kotler dan Keller (2016:168) dimensi kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut :

1. Kinerja

Kinerja tinggi yang dihasilkan oleh karyawan akan membantu perusahaan dalam proses pencapaian tujuannya. Menurut Mangkunegara (2012:9) kinerja karyawan (*prestasi kerja*) adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seseorang karyawan dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya.

2. Harapan

Harapan pelangganlah yang melatarbelakangi mengapa dua organisasi pada bisnis yang sama dapat dinilai berbeda oleh pelanggannya. Dalam konteks kepuasan pelanggan, umumnya harapan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya.

Spirituality In Costumer Service

Spiritualitas adalah perasaan dasar yang menghubungkan seseorang dengan keberadaan dirinya yang lengkap, pihak lain, dan alam semesta. Organisasi yang memiliki spiritualitas akan lebih menguntungkan dan memiliki orang-orang yang lebih berkomitmen dalam bekerja serta mampu mengembangkan dan mendayagunakan kreativitas, emosi, dan inteligensi. Spiritualitas dianggap mampu untuk memberikan hubungan timbal balik yang lebih positif antara organisasi dengan anggotanya (Efferin, 2016:9). Rhodes (2006) dalam Efferin (2015) menyebutkan berbagai aspek dari spiritualitas dalam bisnis. Spiritualitas dinyatakan memiliki 6 aspek: menekankan pada *sustainability*; berkontribusi pada nilai; menghargai kreativitas; menumbuhkembangkan inklusivitas; mengembangkan prinsip etika; dan berorientasi pada *passion* yang menyatukan kehidupan dan pekerjaan. Enam komponen itu diperlukan untuk menciptakan manusia yang utuh, menciptakan spiritualitas di tempat kerja, dan akhirnya membawa perubahan ke masyarakat luas. Enam aspek tersebut bersifat universal dan tidak bertentangan dengan atau merugikan kepentingan siapapun.

METODE PENELITIAN

Paradigma penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Menurut Neuman (2003:72) penelitian kualitatif adalah penelitian yang menekankan pada proses dan pemaknaan atas realita sosial yang tidak diuji atau diukur secara ketat dari segi kuantitas atau frekuensi. Penelitian kualitatif dalam penelitian ini

digunakan untuk mendeskripsikan fenomena yang berkaitan dengan keberadaan taxi online dengan fokus penelitian pada eksplorasi fenomena kualitas pelayanan terhadap pemenuhan ekspektasi konsumen taxi online di kota Surabaya.

Dalam penelitian ini, subjeknya adalah orang-orang yang menjadi sumber informasi meliputi:

1. Perwakilan dari mitra pengemudi GrabTaxi
2. Perwakilan dari penumpang GrabTaxi

Data utama dalam penelitian ini diperoleh dengan melakukan studi lapangan melalui wawancara secara mendalam kepada sejumlah narasumber yang telah ditentukan sebelumnya dengan menggunakan alat bantu berupa pedoman wawancara. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pedoman wawancara semi terstruktur. Setelah mengumpulkan data yang dibutuhkan dalam penelitian, langkah selanjutnya yang harus dilakukan adalah melakukan analisis terhadap data yang telah terkumpul. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis data kualitatif. Menurut Neuman (2003:469) analisis data kualitatif merupakan analisis data yang dilakukan dengan mengambil beberapa konsep teoritis dan memperlakukannya dalam suatu kotak kosong yang akan diisi dengan contoh-contoh empiris dan deskripsi. Langkah-langkah dalam analisis kualitatif, yakni melakukan, Reduksi Data, Penyajian Data dan Pengambilan keputusan/Verifikasi.

PEMBAHASAN

Pengumpulan data yang dilakukan melalui analisis wawancara dan observasi mengenai kegiatan para pengemudi Grab dan konsumen Grab. Dari jawaban-jawaban tersebut diharapkan bisa menjawab mini research question ::

1. Bagaimana rekrutmen pengemudi grab dilakukan?
2. Apakah alasan pengemudi bekerja sebagai pengemudi taxi online?
3. Bagaimana penilaian kinerja terhadap layanan pengemudi?
4. Bagaimana kepuasan konsumen Grab taxi di kota Surabaya?
5. Bagaimana implikasi spiritualitas terhadap kualitas layanan dari pengemudi Grab?

Rekrutmen Pengemudi Taxi Online Grab Di Kota Surabaya

Kualitas pelayanan merupakan suatu hal yang telah menjadi perhatian setiap pelaku bisnis dalam menjalankan bisnisnya, termasuk bisnis taxi online Grab. Pelayanan dalam bidang jasa seperti bisnis taxi online Grab ini sangat bergantung pada pengemudi yang langsung berhubungan dengan konsumen. Oleh karena itu, pihak taxi online Grab dalam melakukan rekrutmen pengemudinya melalui dua cara yaitu secara online maupun secara offline. Berikut ini merupakan deskripsi hasil penelitian terkait proses rekrutmen mitra pengemudi baik secara online maupun offline. Informasi rekrutmen mitra pengemudi Grab secara online disebarluaskan melalui media sosial, media massa dan media cetak. Proses rekrutmen secara online dapat dilakukan dengan dua cara yaitu pertama via Official Website Grab (Grab.com) dan kemudian datang ke kantor Grabcar atau langsung datang ke kantornya. Cara kedua, pendaftaran dilakukan melalui mitra pengemudi Grab online via aplikasi Kudo, yaitu pendaftaran dilakukan dengan perantara orang-orang yang menjadi agen Kudo. Peneliti memilih menggunakan cara kedua sebab dinilai lebih cepat dan efektif dengan adanya bantuan agen aplikasi Kudo yang lebih berpengalaman dan memahami medan pendaftaran, sehingga bisa memberikan arahan pada peneliti juga untuk apa yang harus dilakukan atau dipersiapkan selanjutnya.

Rekrutmen Offline Pengemudi Taxi Online Grab Di Kota Surabaya

Rekrutmen pengemudi Grab juga dilakukan dengan cara offline yaitu mendaftar datang ke kantor Grab dan membawa dokumen. Adapun dokumen tersebut, yakni pertama, Kartu Tanda Penduduk (KTP), kedua Surat Ijin Mengemudi (SIM), ketiga Surat Tanda Nomor Kendaraan (STNK) dan keempat, Surat Keterangan Catatan Kepolisian (SKCK). Kelengkapan dokumen yang telah diverifikasi tersebut maka pelamar calon pengemudi Grab dinyatakan lolos administrasi dan dapat masuk ke tahap selanjutnya yaitu tahap tes praktik. Tes praktik yang dilakukan dalam rekrutmen calon pengemudi Grab ini diketahui sebagaimana tes pengujian untuk mendapatkan SIM seperti tes terkait dengan pengetahuan tentang rambu, uji driving dan ujian KIR.

Berdasarkan kajian terkait rekrutmen pengemudi Grab yang dilakukan dengan cara baik online maupun offline tersebut diketahui bahwa, masing

masing caratersebut memiliki kekurangan yaitu sebagai berikut,

1. Kekurangan rekrutmen sistem online yaitu terkendala pada sistem web yang dapat eror sewaktu-waktu.
2. Kekurangan rekrutmen sistem offline yaitu akan tercipta antrian ketika terjadi lonjakan pendaftar.

Alasan Pengemudi Bekerja Sebagai Pengemudi Taxi Online Grabcar Di Kota Surabaya

Alasan dan motivasi utama para pengemudi lebih memilih menjadi pengemudi Grabcar adalah karena faktor ekonomi untuk memenuhi kebutuhannya dan keluarganya, selain itu dengan menjadi pengemudi Grabcar diketahui juga memberikan keuntungan yang besar khususnya dari segi ekonomi. Hal ini dapat terjadi karena Grabcar memiliki sistem perhitungan pendapatan yang baik dan sistematis serta memiliki tambahan berupa bonus insentif disamping cara kerja yang menyenangkan dan jam kerja yang lebih fleksibel sehingga mengakomodir kebutuhan para informan. Namun ada satu informan yang tidak ingin disebutkan namanya, dia menyebutkan, bekerja dengan grab dalam 1 bulan dapat menghasilkan puluhan juta rupiah, dengan istilah “tuyul” yaitu dengan melakukan kecurangan dengan pemesanan palsu. Namun dia mengatakan bahwa dia sekarang tidak dapat menjadi pengemudi online lagi dikarenakan dirinya baru saja keluar dari “medaeng” karena kecurangan yang telah ia lakukan.

Penilaian Kinerja Terhadap Layanan Pengemudi Taxi Online Grab Di Kota Surabaya

Penilaian kinerja pengemudi Grabcar didasarkan atas pemberian bintang oleh penumpang. Bintang tersebut memiliki range dari yang paling kecil satu hingga yang tertinggi yaitu lima. Besarnya bintang kemudian diakumulasi dan dirata-rata yang menunjukkan tingkat kualitas pelayanan yang diberikan oleh pengemudi dan dirasakan oleh penumpang. Hasil penilaian bintang ini kemudian akan menjadi patokan dalam menentukan pendapatan maupun bonus harian yang diperoleh oleh pengemudi Grabcar. Semakin banyak bintang lima yang diperoleh pengemudi maka akan semakin tinggi penilaian kinerja maka akan semakin besar pendapatan yang diperoleh pengemudi. Dengan penilaian kinerja yang seperti itu, proses evaluasi kinerja dianggap kurang adil

atau fair. Dikatakan tidak adil karena ada beberapa kasus dimana ketika pengemudi merasa telah memberikan pelayanan yang terbaik namun penumpang masih memberikan bintang yang kecil.

Berkaitan dengan kinerja, maka selanjutnya adalah dampak dari hasil penilaian kinerja terhadap para driver. Menurut Endro, bintang dan rating sebagai tolak ukur kinerja tersebut sangat berpengaruh dan berdampak terhadap kepercayaan pihak Grabcar di Surabaya kepada mitranya. Penilaian kinerja yang masih subjektif akan membuat motivasi pengemudi dalam memberikan pelayanan yang optimal akan menurun sehingga kualitas pelayanan Grabcar Surabaya juga dapat menurun, hal ini sempat dirasakan oleh peneliti ketika mendapatkan suspend, sehingga tidak bisa melakukan kegiatan di Grab membuat motivasi sempat turun untuk tidak melanjutkan menjadi pengemudi Grab.

Beberapa pengemudi Grabcar memiliki beberapa alternatif saran atau usulan dalam skema kinerja yang ada. Beberapa pengemudi mengungkapkan bahwa diperlukan adanya suatu sistem atau kesempatan yang dapat digunakan oleh pengemudi untuk membela diri dan menjelaskan kronologi kejadian ketika memperoleh akumulasi rata-rata bintang yang sedikit. Hal ini sebagaimana keterangan yang diberikan informan berikut ini : “Harus ada sistem yang memungkinkan driver membela diri saat dikomen buruk sama penumpang atau cuman dikasih bintang 1. Jadi pihak sana ngerti kronologi kejadian dan perjalanan.” (Endro). Menurut Endro, memang harus ada sistem yang memberikan kesempatan bagi driver untuk membela diri saat dikomen buruk oleh penumpang atau hanya dirating 1 bintang, sehingga pihak kantor juga bisa mengetahui bagaimana kronologi dan duduk permasalahannya. Hal senada juga diungkapkan oleh Aldo, “Harusnya ada kayak tambahan buat driver supaya bisa membela diri, ga asal main suspend.” Saran untuk hal itu dari peneliti, yaitu dengan diadakannya penilaian pengemudi kepada penumpang. Jadi ketika penumpang mendapatkan penilaian bintang yang baik maka akan memperoleh keuntungan tersendiri. Dari pengalaman yang dirasakan oleh peneliti dengan pengalaman yang terjadi. Saran peneliti, jangan hanya melihat bintang saja, tapi harus ada sistem

tertentu yang drivernya itu bisa juga bela diri kalau-kalau ada penilaian yang negatif tapi ada alasan tertentu dan mungkin perlu diadakan penilaian dari pengemudi untuk konsumen, agar penumpang juga lebih objektif kalau ngasih nilai dan ada keuntungan bagi penumpang juga.

Kepuasan Konsumen Taxi Online Grab Di Kota Surabaya

Harapan dari konsumen dalam pelayanan Grabcar yaitu pelayanan yang baik dalam hal kenyamanan, ketepatan dan keamanan penumpang. Oleh karena itu, ekspektasi dan kepuasan konsumen terhadap kualitas layanan taxi online di kota Surabaya terletak pada kenyamanan, ketepatan dan keamanan dari penumpang Grabcar itu sendiri. Menurut penumpang, hingga kini para pengemudi Grabcar telah melakukan beberapa pelayanan yang sudah sesuai dengan ekspektasi penumpangnya, meskipun masih ada beberapa yang masih dijumpai adanya kebersihan mobil yang kurang. Dalam hal ini, diketahui bahwa kebanyakan penumpang mengeluhkan terkait pelayanan yang diberikan oleh pengemudi Grabcar yaitu perihal kebersihan mobil, kebersihan pengemudi, dan kehandalan pengemudi dalam memahami rute jalan. Untuk dapat mengingatkan pengemudi Grabcar agar dapat terus meningkatkan dan menutup kekurangan dalam kualitas pelayanannya tersebut maka pihak Grabcar memberikan suatu sarana berupa sistem untuk menampung keluhan pelanggan.

Spiritualitas Terhadap Kualitas Layanan Dari Pengemudi Grab Berdasarkan Aspek Sustainability

Penumpang Grabcar akan memberikan bintang lima kepada pengemudi yang bersikap ramah, sopan, pakaianya bersih dan rapi serta mobilnya nyaman. Pemberian rating yang tinggi tidak selalu terkait dengan pelayanan yang baik. Karena penilaian konsumen juga dipengaruhi oleh perasaan atas dasar rasa kasihan terhadap driver dan banyak faktor lainnya seperti : mood penumpang, masalah keluarga, kondisi badan dan lainnya. Sementara dari pengalaman yang dirasakan oleh peneliti, yang menjadi penumpang konsumen Grab, yang paling penting adalah keramahan, ketepatan waktu dan kebersihan mobil adalah terpenting untuk mendapatkan rating bintang 5.

Spiritualitas Terhadap Kualitas Layanan Dari Pengemudi Grab Berdasarkan Aspek Berkontribusi Pada Nilai

Pengemudi Grabcar telah melakukan beberapa hal untuk memberikan nilai tambah pada pelayanan penumpangnya. Nilai tambah yang diberikan oleh pengemudi Grabcar yaitu dengan lebih memperhatikan kebutuhan penumpangnya. Pemberian hal kecil, seperti pengertian akan kebutuhan penumpang akan membuat penumpang menjadi nyaman sehingga kualitas pelayanan Grabcar yang dirasakannya akan berdampak positif. Karyawan memiliki perilaku yang baik akan meningkatkan persepsi pelanggan terhadap layanan yang diberikan.

Spiritualitas Terhadap Kualitas Layanan Dari Pengemudi Grab Berdasarkan Aspek Menghargai Kreativitas

Pengemudi dengan tingkat spiritualitas yang tinggi cenderung lebih kreatif dalam menghadapi kondisi dalam perjalanannya mengantar penumpang. Kekreatifan ini kemudian membuat penumpang terbantu sehingga menilai tinggi kualitas pelayanan yang diberikan oleh pengemudi Grabcar tersebut. Seseorang yang memiliki spiritualitas yang tinggi dan berada pada tempat kerja dengan kondisi yang tidak terduga akan memicu kreativitas yang tinggi pula. Pekerjaan sebagai pengemudi Grabcar seringkali berada pada kondisi yang tak terduga, dimana hal ini juga bergantung pada kondisi dari penumpangnya.

Spiritualitas Terhadap Kualitas Layanan Dari Pengemudi Grab Berdasarkan Aspek Menumbuhkembangkan Inklusivitas

Dengan adanya komunikasi sebagai bentuk penyertaan penumpang dalam pelaksanaan pelayanan Grabcar tersebut maka pengemudi telah memberikan bentuk pelayanan yang baik mewakili dari pihak Grabcar itu sendiri. Pihak Grabcar sendiri diketahui telah melakukan beberapa hal untuk dapat dilakukan oleh mitra pengemudinya, demi citra kualitas pelayanan yang lebih baik. Hal ini menandakan bahwa dalam praktiknya, pihak Grabcar telah melakukan penyertaan mitra pengemudinya untuk dapat menciptakan kualitas pelayan yang baik.

Spiritualitas Terhadap Kualitas Layanan Dari Pengemudi Grab Berdasarkan Aspek Mengembangkan Prinsip Etika

Pengemudi Grabcar yang memiliki spiritualitas yang tinggi akan cenderung memiliki etika yang baik dalam bekerja dan tidak terlalu mengejar bonus yang banyak dalam menentukan lama kerjanya. Mereka yang memiliki spiritualitas yang tinggi akan cenderung mempertimbangkan keluarga dan kesehatannya dalam menentukan lama kerjanya. Dengan adanya etika yang baik dalam bekerja, maka penumpang Grabcar akan merasa nyaman dan aman ketika menggunakan jasa pelayanan Grabcar tersebut, sehingga nilai dari kualitas pelayanan Grabcar akan menjadi baik seiring dengan hal baik yang dialami penumpang dalam menggunakan jasa Grabcar. Apabila pengemudi Grabcar memiliki perilaku yang baik akan meningkatkan persepsi pelanggan terhadap layanan yang diberikan.

Spiritualitas Terhadap Kualitas Layanan Dari Pengemudi Grab Berdasarkan Aspek Orientasi Pada Passion

Spiritualitas pengemudi Grab memiliki hubungan dengan kualitas pelayanannya. Spiritualitas memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kualitas pelayanan, dimana dalam hal ini pengemudi Grabcar yang memiliki spiritualitas yang tinggi akan melaksanakan tugasnya dengan lebih baik, sehingga dapat menciptakan kualitas layanan yang baik. Apabila pengemudi Grabcar memiliki perilaku yang baik akan meningkatkan persepsi pelanggan terhadap layanan yang diberikan.

PENUTUP

Kesimpulan

1. Penumpang merasa lebih nyaman jika diantarkan oleh pengemudi Grabcar yang memiliki perilaku yang mencerminkan spiritualitas yang tinggi.
2. Para pengemudi Grabcar yang memiliki spiritualitas yang tinggi berdasarkan wawancara akan cenderung melakukan beberapa hal yang dapat menjadi nilai tambah dalam pelayanan yang diberikannya kepada penumpangnya.
3. Dalam konsep kerja spiritual mengakui bahwa menjadi kreatif tidak selalu diperuntukkan bagi beberapa orang khusus,

tetapi bahwa semua orang memiliki kapasitas kreatif.

4. Dengan adanya komunikasi sebagai bentuk penyertaan penumpang dalam pelaksanaan pelayanan Grabcar tersebut maka pengemudi telah memberikan bentuk pelayanan yang baik mewakili dari pihak Grabcar itu sendiri.
5. Pengemudi Grabcar yang memiliki spiritualitas yang tinggi akan cenderung memiliki etika yang baik dalam bekerja dan tidak terlalu mengejar bonus yang banyak dalam menentukan lama kerjanya.
6. Kepuasan pengguna Grabcar terhadap kualitas layanan taxi online di kota Surabaya terletak pada kenyamanan, ketepatan dan keamanan dari penumpang Grabcar itu sendiri.

Saran

1. Penelitian selanjutnya dapat meneliti lebih dalam dengan cara memasukan kriteria usia pengemudi dan latar belakang pekerjaan sebelumnya serta aspek pendapatan dan pengeluaran keuangan sebelum dan sesudah menjadi mitra GrabCar.
2. Penelitian selanjutnya disarankan agar meneliti lebih lanjut tidak hanya aspek spriritualitas pada pengemudi Grab, tetapi juga bagaimana perusahaan Grab menanamkan spiritualitas pada internal manajemen perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Elassy, N. 2013. The concepts of quality, quality assurance and quality enhancement. *Quality Assurance in Education*, Vol. 23 No. 3, 2015, 250-261.
- Jiradilok, T., Malisuwan, S., Madan, N., & Sivarak, J. 2014. The Impact of Pelanggan Satisfaction on Online Purchasing: A Case Study Analysis in Thailand. *Journal of Economics, Business and Management*, Vol. 2, No. 1.
- Kotler, P., Keller, K.L. 2012. *Marketing Management*, Edisi 14. New Jersey: Prentice Hall.
- Moghadam, S.M., Azma, F., Rezaei, S.H. 2016. The Relationship Between Workplace Spirituality and Service Quality With Teachers Organizational Commitment. *International*

Journal of New Studies in Management Research, 2016, Vol. 1, Issue 4, pp. 171-178.

Neuman, W. Lawrence, 2003. Basic of Social Research: Qualitative and Quantitative Approaches, Boston: Pearson Education Inc. Rhodes, Y Kent, 2006, Six Components of a Model for Workplace Spirituality. 6 Volume 9 Issue 2.

Saghier, N.M. 2015. Managing Service Quality: Dimensions of service quality: a study in Egypt.

International Journal of African and Asian Studies, Vol.9, 2015, 56-64. Silvestri, B., Aquilani, B., Ruggieri, A. 2017. Service Quality and pelanggan satisfaction in thermal tourism, The TQM Journal, Vol. 29 Iss 1 pp. 55 – 81.

Zeithaml, V.A., Bitner, M. J. 2004. Service Marketing (3rd ed.). New Delhi: McGraw Hill.