
EVALUASI KINERJA PADA PLATFORM TRANSPORTASI ONLINE DI INDONESIA

Muhammad Rizky Derianto^{1*}, Nicky Akbar Ezzyzone², Helmina³

^{1,2,3} Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Muhammadiyah Jambi, Jambi, Indonesia

Email: ^{1*}rizkiderianto06@gmail.com, ²ezzyzonen@gmail.com, ³baehelmina@gmail.com

Email Penulis Korespondensi: rizkiderianto06@gmail.com

Keyword:

Performance evaluation,
online transportation,
service quality,
user satisfaction,
Indonesia.

ABSTRACT

Online transportation platforms have become an important part of urban mobility in Indonesia. However, the growth of ride-hailing services is followed by user complaints related to application reliability, price fairness, driver behavior, location accuracy, service security, and customer support. This article evaluates the performance of online transportation platforms in Indonesia using a literature-based approach. The evaluation model combines system quality, information quality, service quality, price perception, security, user satisfaction, and net benefit. The study reviews recent articles published within the last five years, especially studies discussing Gojek, Grab, and Maxim in several Indonesian cities. The analysis shows that platform performance cannot be measured only from the number of users or downloads. A platform is considered good when it is stable, easy to use, provides accurate information, offers fair prices, maintains security and privacy, and produces satisfaction and practical benefits for users. The findings also indicate that price/value perception and service quality often become dominant factors in shaping satisfaction, while system issues such as inaccurate pick-up points, application errors, and weak privacy protection can reduce user trust. This article recommends integrated performance improvement through application reliability, transparent pricing, driver service standardization, complaint handling, and continuous sentiment monitoring.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan layanan transportasi online di Indonesia menunjukkan perubahan besar dalam perilaku mobilitas masyarakat. Masyarakat tidak lagi memandang transportasi hanya sebagai jasa perpindahan dari satu tempat ke tempat lain, tetapi sebagai layanan digital yang terhubung dengan aplikasi, sistem pembayaran, peta lokasi, promosi, dan penilaian pengguna. Kehadiran Gojek, Grab, Maxim, dan beberapa penyedia lain membuat proses pemesanan kendaraan menjadi lebih cepat, praktis, dan mudah diakses. Dalam konteks ini, kinerja platform tidak cukup hanya dilihat dari banyaknya pengguna, tetapi juga dari kemampuan aplikasi memberikan pengalaman layanan yang aman, efisien, adil, dan memuaskan.

Kinerja platform transportasi online menjadi isu penting karena layanan ini mempertemukan tiga pihak sekaligus, yaitu pengguna, mitra pengemudi, dan perusahaan penyedia aplikasi. Ketika aplikasi berjalan stabil, informasi rute jelas, harga dianggap wajar, dan pengemudi memberikan layanan yang baik, pengguna akan merasakan manfaat yang tinggi. Sebaliknya, ketika titik jemput tidak akurat, aplikasi sulit digunakan, tarif berubah tanpa penjelasan, atau respons pengaduan lambat, kepuasan pengguna akan menurun. Beberapa penelitian terbaru menunjukkan bahwa persoalan semacam ini masih muncul di berbagai platform dan wilayah di Indonesia [1][2].

Studi Fahry dkk. [1] mengenai aplikasi Maxim di Kota Jambi menjelaskan adanya keluhan pengguna terkait kesalahan titik lokasi penjemputan, penambahan biaya di luar aplikasi, serta perlindungan data pribadi. Temuan ini memperlihatkan bahwa evaluasi kinerja platform transportasi online perlu memperhatikan aspek sistem, informasi, keamanan, dan perilaku layanan. Penilaian tidak boleh hanya berfokus pada tampilan aplikasi, sebab layanan transportasi online pada akhirnya dirasakan langsung melalui interaksi pengguna dengan aplikasi dan mitra pengemudi di lapangan.

Dari sisi pengguna akhir, Yolangga dan Hardiyanti [2] menilai kepuasan pengguna Maxim dengan model EUCS dan TAM. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa kepuasan pengguna dapat dijelaskan melalui beberapa variabel, seperti isi informasi, akurasi, format, kemudahan penggunaan, persepsi kegunaan, dan ketepatan waktu. Walaupun beberapa variabel tidak berpengaruh langsung, hasil penelitian tersebut tetap memberi pesan bahwa kepuasan pengguna sangat dipengaruhi oleh pengalaman nyata ketika memakai aplikasi. Pengguna akan menilai platform berdasarkan apa yang mereka rasakan, bukan hanya berdasarkan klaim promosi dari perusahaan.

Selain faktor sistem dan aplikasi, kinerja platform juga dipengaruhi oleh kualitas layanan dan harga. Damayanti dan Kusyana [3] menemukan bahwa e-service quality, harga, dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Gojek. Sementara itu, Gika dkk. [4] menunjukkan bahwa kualitas layanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Gojek, bahkan harga menjadi variabel yang lebih dominan. Temuan ini menegaskan bahwa pengguna transportasi online pada umumnya membandingkan manfaat layanan dengan biaya yang mereka keluarkan.

Evaluasi terhadap transportasi online juga dapat dibaca dari opini publik di media sosial. Febrianti dkk. [5] menggunakan analisis sentimen pada Platform X untuk melihat opini pengguna layanan transportasi online di Indonesia. Hasil penelitian tersebut menunjukkan adanya dominasi sentimen negatif yang mencerminkan tingginya intensitas keluhan pengguna. Hal ini penting karena media sosial sering menjadi ruang spontan bagi pengguna untuk menyampaikan pengalaman, baik berupa apresiasi maupun keluhan. Dengan demikian, pengukuran kinerja platform perlu dilengkapi dengan pembacaan terhadap suara pengguna di ruang digital.

Berdasarkan uraian tersebut, artikel ini disusun untuk mengevaluasi kinerja platform transportasi online di Indonesia melalui kajian literatur terhadap artikel-artikel ilmiah terbaru. Fokus evaluasi diarahkan pada beberapa dimensi utama, yaitu kualitas sistem, kualitas informasi, kualitas layanan, persepsi harga dan nilai, keamanan, kepuasan pengguna, serta manfaat bersih. Artikel ini tidak melakukan survei lapangan baru, melainkan menyusun sintesis konseptual dari penelitian lima tahun terakhir agar dapat memberikan gambaran yang lebih utuh mengenai faktor-faktor yang menentukan kinerja platform transportasi online di Indonesia.

Rumusan masalah dalam artikel ini adalah: bagaimana kinerja platform transportasi online di Indonesia apabila ditinjau dari kualitas sistem, kualitas informasi, kualitas layanan, harga, keamanan, dan kepuasan pengguna? Tujuan penelitian ini adalah menjelaskan dimensi-dimensi evaluasi kinerja platform transportasi online, mengidentifikasi temuan utama dari artikel-artikel terdahulu, dan merumuskan rekomendasi peningkatan kinerja platform. Dengan cara ini, artikel diharapkan dapat menjadi rujukan awal bagi peneliti, pengelola platform, maupun pihak yang tertarik pada pengembangan layanan transportasi digital di Indonesia.

2. METODOLOGI PENELITIAN

2.1 Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah dilakukan dengan membaca kecenderungan persoalan yang muncul dalam penelitian-penelitian terbaru mengenai layanan transportasi online di Indonesia. Masalah utama yang ditemukan berkaitan dengan ketidakstabilan aplikasi, ketidaktepatan titik lokasi, kualitas informasi yang belum konsisten, persepsi harga, keamanan data, sikap pengemudi, dan respons layanan pelanggan. Masalah-masalah tersebut menunjukkan bahwa kinerja platform tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga mencakup relasi layanan antara aplikasi, pengguna, dan mitra pengemudi.

Platform transportasi online pada dasarnya merupakan sistem layanan digital. Oleh sebab itu, kegagalan kecil pada aplikasi dapat menimbulkan dampak langsung terhadap pengalaman pengguna. Kesalahan peta, keterlambatan informasi tarif, atau kegagalan login dapat membuat pengguna kehilangan kepercayaan. Di sisi lain, persoalan di lapangan seperti pembatalan sepihak, pengemudi sulit ditemukan, atau biaya tambahan di luar aplikasi juga memengaruhi penilaian pengguna terhadap kinerja platform

2.2 Studi Literatur

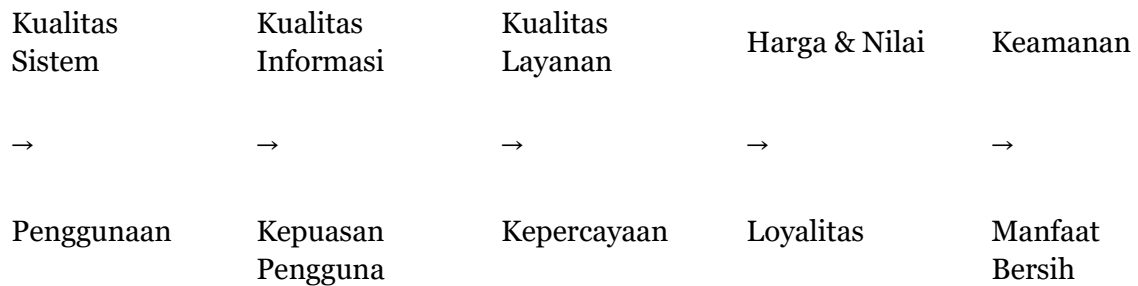
Studi literatur dilakukan dengan menelaah artikel ilmiah yang membahas transportasi online di Indonesia dalam kurun waktu lima tahun terakhir. Artikel yang digunakan terutama membahas kepuasan pengguna, kualitas layanan, harga, kualitas sistem aplikasi, e-service quality, analisis sentimen, dan keberhasilan aplikasi. Sumber yang dipakai berasal dari jurnal ilmiah dan repositori artikel yang dapat ditelusuri melalui mesin pencari ilmiah seperti Google Scholar. Pemilihan artikel dilakukan dengan mempertimbangkan kesesuaian topik, tahun publikasi, objek penelitian, metode yang digunakan, dan relevansi temuan terhadap evaluasi kinerja platform.

Artikel yang dijadikan dasar pembahasan antara lain penelitian tentang kesuksesan aplikasi Maxim menggunakan DeLone and McLean [1], kepuasan pengguna Maxim dengan model EUCS dan TAM [2], pengaruh e-service quality, harga, dan promosi terhadap kepuasan pelanggan Gojek [3], pengaruh kualitas layanan dan harga pada pengguna Gojek [4], evaluasi sentimen transportasi online di Platform X [5], analisis layanan pengguna Gojek berbasis PIECES [6], pengaruh persepsi harga dan kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna Maxim di Depok [7], serta pengaruh kualitas layanan dan persepsi nilai terhadap kepuasan pengguna Grab dan Gojek di Indonesia [8].

2.3 Konsep Model Evaluasi

Konsep model evaluasi dalam artikel ini disusun dengan menggabungkan beberapa pendekatan yang sering digunakan dalam penelitian sistem informasi dan layanan digital. Model DeLone and McLean digunakan untuk membaca kualitas sistem, kualitas informasi, penggunaan, kepuasan pengguna, dan manfaat bersih. Model EUCS digunakan untuk melihat kepuasan pengguna akhir melalui konten, akurasi, format, kemudahan penggunaan, dan ketepatan waktu. Kerangka PIECES digunakan untuk menilai *performance*, *information*, *economy*, *control*, *efficiency*, dan *service*. Sementara itu, pendekatan *service quality* dan *price/value* digunakan untuk memahami kualitas layanan lapangan dan persepsi harga.

Penggabungan model tersebut penting karena platform transportasi online memiliki karakteristik yang kompleks. Aplikasi yang baik belum tentu menghasilkan kepuasan apabila harga dianggap tidak adil atau pengemudi memberikan layanan buruk. Sebaliknya, pengemudi yang ramah belum cukup apabila aplikasi sering gagal menentukan titik jemput. Oleh karena itu, evaluasi kinerja dalam artikel ini menggunakan model integratif yang menempatkan kualitas sistem, informasi, layanan, harga, keamanan, kepuasan pengguna, dan manfaat sebagai satu kesatuan. Model evaluasi yang digunakan dalam artikel ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Model Evaluasi Kinerja Platform Transportasi Online

2.4 Pengumpulan Data Literatur

Data dalam penelitian ini berupa temuan, konsep, variabel, metode, dan kesimpulan dari artikel terdahulu. Artikel dipilih apabila memenuhi tiga kriteria: pertama, membahas platform transportasi online atau aplikasi sejenis yang relevan; kedua, diterbitkan dalam lima tahun terakhir; ketiga, memiliki fokus pada kinerja, kepuasan pengguna, kualitas layanan, kualitas sistem, atau faktor yang memengaruhi penggunaan aplikasi. Dengan kriteria tersebut, artikel yang digunakan dapat mendukung pembahasan secara aktual dan sesuai dengan kebutuhan penelitian.

Karena artikel ini merupakan kajian literatur, data yang dianalisis bukan data primer dari responden baru. Data yang digunakan adalah hasil penelitian terdahulu, seperti nilai pengaruh variabel, jumlah responden, metode analisis, serta rekomendasi yang diberikan oleh penulis sebelumnya. Pendekatan ini sesuai untuk membangun pemahaman awal mengenai kinerja platform transportasi online karena beberapa penelitian telah dilakukan pada kota dan platform yang berbeda.

2.5 Analisis Data

Analisis dilakukan secara deskriptif-kualitatif dengan teknik sintesis tematik. Setiap artikel dibaca untuk menemukan tema utama yang berhubungan dengan kinerja platform. Setelah itu, tema-tema tersebut dikelompokkan ke dalam dimensi kualitas sistem, kualitas informasi, kualitas layanan, harga dan nilai, keamanan, kepuasan pengguna, serta manfaat bersih. Hasil sintesis kemudian digunakan untuk menyusun pembahasan dan rekomendasi.

Dalam proses analisis, artikel tidak diperlakukan sebagai data yang berdiri sendiri, tetapi dibandingkan satu sama lain. Apabila beberapa artikel menunjukkan temuan yang sama, maka temuan tersebut dianggap sebagai kecenderungan kuat. Apabila terdapat perbedaan, perbedaan tersebut dibaca berdasarkan objek penelitian, wilayah, metode, dan

karakteristik responden. Dengan cara ini, evaluasi kinerja platform dapat disusun secara lebih seimbang.

Tabel 1. Ringkasan Artikel Terdahulu Yang Digunakan Dalam Kajian

No	Penulis/Tahun	Objek	Metode	Temuan Relevan
1	Fahry dkk. (2023)	Maxim Kota Jambi	DeLone and McLean, SEM, SmartPLS	Sebanyak 8 dari 9 hipotesis diterima; aplikasi dinilai cukup positif namun masih terdapat keluhan titik lokasi, biaya tambahan, dan keamanan data.
2	Yolangga & Hardiyanti (2024)	Maxim Palembang	EUCS, TAM, SmartPLS	Perceived usefulness berpengaruh terhadap kepuasan; variabel satisfaction dapat dijelaskan sebesar 87,8% oleh variabel model.
3	Damayanti & Kusyana (2023)	Gojek Denpasar	Regresi linear berganda	E-service quality, harga, dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
4	Gika dkk. (2023)	Gojek Tasikmalaya	Regresi linear berganda	Kualitas layanan dan harga berpengaruh signifikan; harga memiliki pengaruh lebih dominan.

No	Penulis/Tahun	Objek	Metode	Temuan Relevan
5	Febrianti dkk. (2024)	Transportasi online di Platform X	Analisis sentimen lexicon-based	Sentimen negatif dominan dan menunjukkan keluhan pengguna masih kuat.
6	Santoso & Nurhapsari (2024)	Gojek Jawa Tengah	PIECES Framework	Faktor PIECES memenuhi klasifikasi dan aplikasi dinilai berperan baik dalam layanan.
7	Anggraeni (2024)	Maxim Depok	SmartPLS	Persepsi harga dan kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna.
8	Rifai & Rachbini (2025)	Grab dan Gojek Indonesia	Regresi linear berganda	Kualitas layanan dan persepsi nilai berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Gambaran Umum Kinerja Platform Transportasi Online

Kinerja platform transportasi online di Indonesia memperlihatkan hubungan yang kuat antara kualitas teknologi dan kualitas layanan. Pada satu sisi, pengguna membutuhkan aplikasi yang cepat, ringan, mudah dipahami, dan mampu memberikan informasi secara akurat. Pada sisi lain, pengguna juga menilai layanan berdasarkan sikap pengemudi, kejelasan harga, keamanan perjalanan, dan kecepatan penanganan keluhan. Karena itu, evaluasi kinerja tidak dapat dipisahkan antara sistem digital dan pengalaman layanan di lapangan.

Penelitian Santoso dan Nurhapsari [6] tentang aplikasi Gojek di Jawa Tengah menggunakan metode PIECES dan menunjukkan bahwa faktor-faktor dalam kerangka tersebut memenuhi klasifikasi, sehingga aplikasi dinilai memiliki peran yang baik dalam kualitas layanan. Namun, hasil positif seperti ini tetap perlu dibaca secara hati-hati karena

kinerja platform dapat berbeda antara satu wilayah dengan wilayah lain. Kondisi jaringan internet, kepadatan kota, jumlah pengemudi, kebiasaan pengguna, dan kebijakan tarif dapat menghasilkan pengalaman yang berbeda.

Dalam konteks Maxim, penelitian Fahry dkk. [1] menunjukkan bahwa aplikasi memiliki pengaruh positif berdasarkan model DeLone and McLean, tetapi masih terdapat keluhan pengguna mengenai titik jemput, biaya di luar aplikasi, dan data pribadi. Ini menunjukkan bahwa kinerja platform dapat dinilai baik secara statistik, tetapi tetap membutuhkan perbaikan operasional. Dengan kata lain, hasil evaluasi kuantitatif perlu dilengkapi dengan pembacaan terhadap keluhan pengguna agar rekomendasi yang dihasilkan lebih tepat.

Evaluasi berbasis sentimen yang dilakukan Febrianti dkk. [5] memperkuat pentingnya melihat opini pengguna secara terbuka. Dalam penelitian tersebut, opini pengguna layanan transportasi online di Platform X menunjukkan dominasi sentimen negatif. Meskipun sentimen media sosial tidak selalu mewakili seluruh populasi pengguna, data tersebut tetap penting karena menunjukkan masalah yang dirasakan secara langsung oleh pengguna. Keluhan yang sering muncul dapat menjadi indikator awal adanya gangguan kualitas layanan.

3.2 Kualitas Sistem Aplikasi

Kualitas sistem merupakan dimensi utama dalam evaluasi platform transportasi online. Sistem yang baik harus mampu bekerja secara stabil, cepat, responsif, mudah dinavigasi, dan jarang mengalami gangguan. Dalam layanan transportasi online, gangguan sistem bukan sekadar masalah teknis, tetapi dapat berdampak pada keterlambatan perjalanan, ketidakjelasan transaksi, dan turunnya rasa aman pengguna. Oleh sebab itu, kualitas sistem menjadi fondasi awal bagi penilaian kinerja platform.

Pada penelitian Fahry dkk. [1], kualitas aplikasi Maxim dianalisis melalui pendekatan DeLone and McLean. Penelitian tersebut menggunakan 385 responden dan SmartPLS, lalu menunjukkan bahwa sebagian besar hipotesis diterima. Namun, keluhan tentang kesalahan titik lokasi penjemputan mengindikasikan bahwa kualitas sistem masih perlu diperkuat. Akurasi lokasi merupakan bagian penting karena layanan transportasi online bergantung pada data peta, GPS, dan estimasi jarak. Jika fitur ini bermasalah, pengguna dan pengemudi sama-sama mengalami kerugian waktu.

Kualitas sistem juga berkaitan dengan kemudahan penggunaan. Aplikasi yang terlalu rumit dapat membuat pengguna merasa tidak nyaman, khususnya pengguna baru atau pengguna yang tidak terlalu terbiasa dengan teknologi. Dalam hal ini, tampilan antarmuka perlu sederhana, menu harus mudah ditemukan, dan alur pemesanan harus pendek. Pengguna seharusnya dapat memesan layanan, memilih titik jemput, melihat tarif, menghubungi pengemudi, dan menyelesaikan pembayaran tanpa langkah yang membingungkan.

Berdasarkan model EUCS, kemudahan penggunaan merupakan salah satu unsur penting dalam kepuasan pengguna akhir [2]. Walaupun dalam penelitian Yolangga dan Hardiyanti beberapa variabel EUCS tidak terbukti berpengaruh, keberadaan variabel tersebut tetap penting sebagai indikator evaluasi. Tidak berpengaruhnya suatu variabel dalam satu lokasi penelitian tidak berarti variabel tersebut tidak penting secara umum. Bisa saja karakteristik responden, jenis layanan, atau pengalaman penggunaan membuat hasil penelitian berbeda.

3.3 Kualitas Informasi

Kualitas informasi dalam platform transportasi online mencakup keakuratan tarif, estimasi waktu kedatangan, informasi rute, identitas pengemudi, jenis kendaraan, status pesanan, dan riwayat transaksi. Informasi yang tidak akurat dapat membuat pengguna merasa dirugikan. Misalnya, ketika estimasi tarif awal berbeda jauh dengan biaya akhir tanpa alasan yang jelas, pengguna dapat menilai platform tidak transparan. Demikian pula, ketika estimasi waktu tiba tidak sesuai, pengguna bisa kehilangan kepercayaan terhadap aplikasi.

Kualitas informasi juga berhubungan dengan rasa aman. Pengguna membutuhkan informasi yang jelas mengenai nama pengemudi, nomor kendaraan, foto, rute perjalanan, serta tombol bantuan darurat. Informasi tersebut bukan hanya pelengkap, tetapi menjadi bagian dari perlindungan pengguna. Semakin lengkap dan akurat informasi yang diberikan, semakin besar kemungkinan pengguna merasa percaya pada platform.

Pada layanan transportasi online, informasi juga harus bersifat real-time. Keterlambatan pembaruan informasi dapat menimbulkan kesalahpahaman antara pengguna dan pengemudi. Contohnya, lokasi pengemudi yang tidak bergerak pada peta dapat membuat pengguna mengira pesanan diabaikan, padahal mungkin terjadi masalah jaringan. Karena itu, perusahaan perlu memastikan sinkronisasi data berjalan baik di berbagai kondisi jaringan dan perangkat.

Kualitas informasi tidak hanya berada pada aplikasi, tetapi juga pada komunikasi layanan. Ketika terjadi pembatalan, perubahan tarif, atau gangguan sistem, pengguna perlu mendapatkan penjelasan yang mudah dipahami. Notifikasi yang singkat namun informatif dapat membantu menurunkan rasa kecewa. Hal ini penting karena pengalaman buruk sering kali diperparah oleh kurangnya informasi, bukan semata-mata oleh masalah layanan itu sendiri.

3.4 Kualitas Layanan dan Peran Mitra Pengemudi

Kualitas layanan merupakan dimensi yang sangat menentukan kinerja platform transportasi online. Pengguna tidak hanya menilai aplikasi, tetapi juga menilai pengalaman berinteraksi dengan pengemudi. Sikap ramah, ketepatan waktu, kesesuaian rute, kepatuhan terhadap standar keselamatan, kebersihan kendaraan, dan kejelasan komunikasi menjadi bagian dari kualitas layanan. Karena pengemudi adalah representasi langsung platform di lapangan, kinerja platform akan ikut dipengaruhi oleh kualitas mitra pengemudi.

Damayanti dan Kusyana [3] menemukan bahwa e-service quality berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Gojek. Temuan ini relevan karena e-service quality mencakup layanan yang disampaikan melalui teknologi informasi dan komunikasi. Namun, dalam transportasi online, e-service quality tidak berhenti pada aplikasi. Pengguna merasakan layanan digital sekaligus layanan fisik. Oleh karena itu, penguatan kualitas layanan perlu dilakukan dari dua sisi: pengembangan aplikasi dan pembinaan mitra pengemudi.

Gika dkk. [4] juga menemukan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Gojek. Hasil ini menunjukkan bahwa pengguna akan merasa puas apabila layanan yang diterima sesuai atau melebihi harapan. Pelayanan yang cepat, pengemudi yang sopan, dan rute yang efisien dapat membentuk pengalaman positif. Sebaliknya, pembatalan sepihak, komunikasi tidak sopan, atau ketidaksesuaian titik jemput dapat menurunkan kepuasan meskipun aplikasi secara teknis berjalan baik.

Kualitas layanan harus diatur melalui standar operasional yang jelas. Platform perlu memastikan bahwa mitra pengemudi memahami etika pelayanan, keselamatan berkendara, penggunaan aplikasi, dan aturan tarif. Sistem rating saja belum cukup apabila tidak diikuti dengan pelatihan, evaluasi berkala, dan mekanisme sanksi yang adil. Rating dapat menjadi indikator awal, tetapi perusahaan tetap membutuhkan sistem pembinaan yang lebih manusiawi dan berkelanjutan.

3.5 Persepsi Harga dan Nilai Layanan

Harga menjadi salah satu faktor yang paling sensitif dalam layanan transportasi online. Pengguna biasanya membandingkan tarif dengan jarak, waktu tempuh, kualitas kendaraan, promosi, dan pengalaman layanan. Harga yang murah belum tentu menghasilkan kepuasan apabila layanan buruk. Sebaliknya, harga yang lebih tinggi masih dapat diterima apabila pengguna merasa manfaat yang diperoleh sepadan. Oleh karena itu, evaluasi kinerja platform perlu melihat persepsi harga dan nilai layanan secara bersamaan. Temuan tentang harga dan kualitas layanan juga diperkuat oleh penelitian Maxim di Semarang, Maxim di Medan, dan Gojek di Medan yang menempatkan layanan, harga, serta ketepatan pelayanan sebagai faktor penting kepuasan pengguna [12], [13], [14].

Penelitian Gika dkk. [4] menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Gojek, bahkan menjadi variabel yang lebih dominan dibanding kualitas layanan. Temuan ini penting karena pengguna transportasi online sering kali sangat peka terhadap perubahan tarif. Ketika tarif dianggap tidak stabil atau tidak transparan, pengguna dapat berpindah ke platform lain. Persaingan antarplatform juga membuat pengguna lebih mudah membandingkan harga sebelum mengambil keputusan.

Damayanti dan Kusyana [3] juga menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Gojek. Hasil ini memperkuat pandangan bahwa harga bukan sekadar angka, melainkan bagian dari persepsi keadilan. Pengguna akan menilai apakah tarif yang dibayar sesuai dengan manfaat yang diperoleh. Jika harga meningkat karena jam sibuk, hujan, atau permintaan tinggi, pengguna cenderung lebih menerima apabila mekanisme tersebut dijelaskan secara transparan.

Rifai dan Rachbini [8] menempatkan persepsi nilai sebagai faktor penting dalam kepuasan pengguna Grab dan Gojek di Indonesia. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa kualitas layanan dan persepsi nilai berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna, bahkan persepsi nilai memiliki dampak lebih kuat. Temuan ini menunjukkan bahwa pengguna tidak hanya bertanya apakah layanan itu murah, tetapi apakah layanan itu layak, bermanfaat, dan sebanding dengan biaya yang dikeluarkan.

3.6 Keamanan, Privasi, dan Kepercayaan Pengguna

Keamanan merupakan dimensi penting dalam kinerja platform transportasi online. Pengguna menyerahkan data pribadi, lokasi, nomor telepon, riwayat perjalanan, dan informasi pembayaran kepada platform. Karena itu, perlindungan data harus menjadi perhatian utama. Kegagalan menjaga data pribadi dapat menurunkan kepercayaan pengguna, bahkan berpotensi menimbulkan risiko yang lebih besar bagi keselamatan dan kenyamanan mereka.

Fahry dkk. [1] menyebutkan adanya keluhan pengguna Maxim terkait kurangnya perlindungan data pribadi sehingga dapat disalahgunakan oleh oknum tertentu. Keluhan seperti ini menunjukkan bahwa keamanan tidak boleh dipandang sebagai fitur tambahan.

Keamanan harus menjadi bagian dari desain layanan sejak awal. Platform perlu memastikan bahwa komunikasi antara pengemudi dan pengguna terlindungi, data pribadi tidak mudah diakses, dan mekanisme pelaporan berjalan cepat.

Keamanan juga berkaitan dengan perjalanan fisik. Pengguna perlu merasa aman selama berada di kendaraan. Fitur berbagi perjalanan, tombol darurat, verifikasi pengemudi, informasi kendaraan, dan sistem pelacakan rute merupakan bagian dari evaluasi kinerja. Apabila fitur keamanan tersedia tetapi sulit digunakan, manfaatnya akan berkurang. Oleh karena itu, fitur keamanan harus terlihat jelas, mudah diakses, dan dijelaskan kepada pengguna.

Kepercayaan pengguna terbentuk dari konsistensi pengalaman. Pengguna akan percaya apabila aplikasi dapat diandalkan, pengemudi sesuai dengan identitas di aplikasi, tarif transparan, dan keluhan ditangani secara adil. Kepercayaan tidak dibangun hanya melalui promosi, tetapi melalui pengalaman yang berulang. Setiap perjalanan yang aman dan nyaman akan memperkuat kepercayaan, sedangkan satu pengalaman buruk yang tidak ditangani dengan baik dapat merusak citra platform.

3.7 Kepuasan Pengguna sebagai Indikator Kinerja

Kepuasan pengguna merupakan indikator penting karena menunjukkan sejauh mana platform mampu memenuhi harapan. Dalam layanan transportasi online, kepuasan tidak muncul dari satu faktor saja. Pengguna dapat puas karena aplikasi mudah digunakan, tarif jelas, pengemudi ramah, perjalanan cepat, pembayaran praktis, dan keluhan ditangani dengan baik. Oleh sebab itu, kepuasan pengguna adalah hasil dari gabungan kualitas sistem, informasi, layanan, harga, dan keamanan.

Penelitian Yolangga dan Hardiyanti [2] menunjukkan bahwa variabel satisfaction dalam model mereka dapat dijelaskan dengan R^2 sebesar 0,878. Nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel-variabel yang digunakan dalam model memiliki daya jelaskan yang kuat terhadap kepuasan pengguna. Walaupun penelitian tersebut berfokus pada Maxim di Palembang, hasilnya dapat menjadi bahan pertimbangan untuk memahami bahwa kepuasan pengguna aplikasi transportasi online dapat diukur secara sistematis melalui indikator yang jelas.

Di sisi lain, hasil analisis sentimen Febrianti dkk. [5] menunjukkan bahwa pengguna masih banyak menyampaikan keluhan di media sosial. Hal ini memperlihatkan bahwa kepuasan pengguna tidak cukup diukur hanya melalui survei terstruktur. Platform juga perlu membaca komentar spontan pengguna. Keluhan di media sosial dapat menunjukkan masalah yang tidak selalu muncul dalam kuesioner, seperti pengalaman emosional, rasa kecewa, dan keluhan terhadap situasi tertentu.

Kepuasan pengguna juga berhubungan dengan niat menggunakan kembali. Pengguna yang puas cenderung akan tetap memakai aplikasi, memberikan rating positif, dan merekomendasikan layanan kepada orang lain. Sebaliknya, pengguna yang tidak puas dapat berpindah ke platform pesaing. Karena biaya berpindah layanan relatif rendah, platform transportasi online harus menjaga kepuasan secara berkelanjutan.

3.8 Manfaat Bersih bagi Pengguna dan Ekosistem

Manfaat bersih merupakan hasil akhir yang dirasakan pengguna setelah menggunakan platform. Manfaat tersebut dapat berupa penghematan waktu, kemudahan mobilitas, akses transportasi yang lebih fleksibel, kemudahan pembayaran, dan rasa aman dalam perjalanan.

Bagi mitra pengemudi, manfaat dapat berupa peluang pendapatan dan akses pasar. Bagi perusahaan, manfaat bersih terlihat dari pertumbuhan pengguna, loyalitas, dan keberlanjutan bisnis.

Pada penelitian Fahry dkk. [1], variabel manfaat bersih menjadi bagian dari model kesuksesan aplikasi. Hal ini tepat karena platform transportasi online tidak hanya dievaluasi dari penggunaan, tetapi juga dari dampak positif yang dihasilkan. Aplikasi yang sering digunakan belum tentu berhasil apabila pengguna merasa terpaksa karena tidak memiliki alternatif. Sebaliknya, aplikasi dapat dikatakan berkinerja baik apabila pengguna merasa terbantu dan memperoleh manfaat nyata.

Manfaat bersih juga harus dilihat secara sosial. Transportasi online dapat membantu masyarakat memperoleh akses mobilitas yang lebih mudah, terutama di wilayah perkotaan. Namun, manfaat tersebut perlu diimbangi dengan perlindungan terhadap pengguna dan pengemudi. Apabila sistem tarif tidak adil, pembagian pendapatan tidak transparan, atau keselamatan tidak dijaga, manfaat platform menjadi tidak seimbang. Oleh karena itu, evaluasi kinerja perlu memasukkan aspek keberlanjutan ekosistem.

Dalam konteks Indonesia, manfaat bersih platform transportasi online sangat bergantung pada kemampuan perusahaan menjaga kepercayaan publik. Platform yang mampu menjaga keseimbangan antara harga, kualitas layanan, keamanan, dan kesejahteraan mitra akan lebih berpeluang bertahan. Sebaliknya, platform yang hanya berfokus pada promosi jangka pendek dapat kehilangan loyalitas ketika promosi berkurang atau kualitas layanan menurun.

3.9 Perbandingan Dimensi Evaluasi Kinerja

Berdasarkan pembahasan di atas, dimensi kinerja platform transportasi online dapat diringkas dalam tabel berikut:

Tabel 2. Perbandingan Dimensi Evaluasi Kinerja

Dimensi	Indikator	Masalah yang Muncul	Arah Perbaikan
Kualitas sistem	Stabilitas, kecepatan, navigasi, akurasi GPS	Aplikasi error, titik jemput tidak akurat, loading lama	Optimasi aplikasi, pembaruan peta, uji performa lintas perangkat
Kualitas informasi	Tarif, estimasi waktu, rute, identitas pengemudi	Informasi tidak real-time, tarif kurang jelas	Transparansi tarif, notifikasi gangguan, informasi perjalanan lengkap
Kualitas layanan	Sikap pengemudi, ketepatan waktu, keselamatan	Pembatalan sepihak, komunikasi buruk, biaya tambahan	Pelatihan mitra, standar layanan, sistem pengawasan adil

Dimensi	Indikator	Masalah yang Muncul	Arah Perbaikan
Harga dan nilai	Kewajaran tarif, promosi, perbandingan manfaat-biaya	Tarif dinamis tidak dipahami, promosi tidak konsisten	Penjelasan tarif, promo terarah, nilai layanan ditingkatkan
Keamanan	Privasi data, verifikasi, fitur darurat	Data pribadi rentan, rasa aman kurang	Perlindungan data, masker nomor, tombol bantuan mudah
Kepuasan	Rating, loyalitas, penggunaan ulang	Keluhan di media sosial, pindah platform	Survei rutin, analisis sentimen, respons cepat

3.10 Rekomendasi Peningkatan Kinerja Platform

Pertama, platform perlu memperkuat stabilitas sistem dan akurasi lokasi. Kesalahan titik jemput adalah masalah yang sering menimbulkan konflik kecil antara pengguna dan pengemudi. Perusahaan dapat memperbaiki hal ini melalui pembaruan algoritma peta, validasi lokasi populer, serta fitur konfirmasi titik jemput yang lebih jelas. Aplikasi juga perlu diuji pada berbagai jenis perangkat agar tidak hanya berjalan baik pada ponsel tertentu.

Kedua, platform perlu meningkatkan transparansi harga. Tarif dinamis perlu dijelaskan dengan bahasa yang sederhana agar pengguna memahami alasan kenaikan harga. Informasi biaya tambahan harus ditampilkan sebelum pengguna menyetujui pesanan. Dengan demikian, pengguna tidak merasa dirugikan setelah perjalanan selesai. Transparansi harga akan membantu membangun persepsi nilai yang lebih positif.

Ketiga, kualitas layanan mitra pengemudi harus terus dibina. Pelatihan tidak cukup dilakukan sekali pada awal pendaftaran. Platform perlu menyediakan materi singkat yang mudah diakses melalui aplikasi, seperti etika komunikasi, keselamatan berkendara, penanganan komplain, dan standar pelayanan. Pengemudi yang memiliki rating rendah perlu mendapatkan pembinaan sebelum diberikan sanksi, sehingga sistem evaluasi lebih adil.

Keempat, keamanan data dan keselamatan perjalanan perlu diposisikan sebagai prioritas. Fitur keamanan harus mudah ditemukan, bukan tersembunyi dalam menu yang sulit diakses. Pengguna juga perlu mengetahui cara menggunakan fitur tersebut. Platform dapat menyediakan edukasi singkat sebelum perjalanan pertama atau setelah pembaruan aplikasi. Perlindungan nomor telepon dan data pribadi harus diperkuat agar tidak terjadi penyalahgunaan.

Kelima, platform perlu menggunakan analisis sentimen sebagai alat evaluasi rutin. Keluhan di media sosial dapat menjadi sinyal awal sebelum masalah berkembang lebih besar. Dengan memantau sentimen pengguna, perusahaan dapat mengetahui isu yang sering

muncul, seperti tarif, titik jemput, sikap pengemudi, atau gangguan aplikasi. Data ini dapat melengkapi hasil survei dan rating dalam aplikasi.

Keenam, evaluasi kinerja perlu dilakukan secara integratif. Perusahaan sebaiknya tidak hanya mengejar jumlah pengguna aktif atau jumlah transaksi. Indikator seperti kepuasan pengguna, keamanan, penyelesaian keluhan, loyalitas, dan manfaat bagi mitra pengemudi perlu dimasukkan dalam ukuran kinerja. Dengan cara ini, platform dapat tumbuh secara lebih sehat dan berkelanjutan.

3.11 Evaluasi Berdasarkan DeLone and McLean

Model DeLone and McLean dapat membantu menjelaskan bahwa keberhasilan platform tidak berhenti pada aspek teknis, tetapi bergerak dari kualitas sistem dan kualitas informasi menuju penggunaan, kepuasan, serta manfaat bersih. Dalam platform transportasi online, kualitas sistem dapat dilihat dari kestabilan aplikasi, akurasi lokasi, kecepatan pemrosesan pesanan, dan kemudahan navigasi. Kualitas informasi dapat dilihat dari ketepatan tarif, kejelasan identitas pengemudi, estimasi waktu tiba, dan informasi rute. Apabila dua kualitas ini baik, peluang pengguna untuk terus memakai aplikasi dan merasa puas akan semakin besar.

Fahry dkk. [1] menunjukkan bahwa aplikasi Maxim di Kota Jambi cukup berhasil berdasarkan model DeLone and McLean, karena sebagian besar hipotesis diterima. Namun, nilai kesuksesan tersebut tetap perlu dibaca bersama keluhan pengguna yang ditemukan di bagian pendahuluan penelitian mereka. Artinya, model kuantitatif dapat menunjukkan hubungan antarvariabel, tetapi evaluasi praktis tetap membutuhkan pembacaan masalah pengguna secara nyata. Sebuah aplikasi bisa memperoleh hasil model yang cukup baik, namun masih menyimpan masalah operasional yang perlu diperbaiki.

Dalam konteks transportasi online, variabel penggunaan juga memiliki makna khusus. Pengguna dapat memakai aplikasi karena puas, tetapi bisa juga karena terpaksa tidak memiliki alternatif lain pada waktu tertentu. Oleh karena itu, penggunaan perlu dibaca bersama kepuasan dan manfaat bersih. Jika tingkat penggunaan tinggi tetapi keluhan juga tinggi, maka platform belum tentu berkinerja sangat baik. Kinerja yang sehat terjadi ketika penggunaan tinggi berjalan bersama kepuasan, kepercayaan, dan niat menggunakan kembali.

Manfaat bersih dalam model DeLone and McLean juga perlu diperluas. Bagi pengguna, manfaat bersih berarti perjalanan lebih mudah, cepat, dan aman. Bagi pengemudi, manfaat bersih berarti kesempatan kerja dan pendapatan yang lebih baik. Bagi perusahaan, manfaat bersih berarti keberlanjutan bisnis. Dengan demikian, evaluasi kinerja platform transportasi online sebaiknya tidak hanya mengukur manfaat dari sisi pengguna, tetapi juga melihat keseimbangan ekosistem agar platform tidak hanya menguntungkan satu pihak.

3.12 Evaluasi Berdasarkan EUCS dan PIECES

Model EUCS menempatkan kepuasan pengguna akhir sebagai pusat penilaian. Dalam layanan transportasi online, dimensi content, accuracy, format, ease of use, dan timeliness dapat diterjemahkan ke dalam pengalaman aplikasi sehari-hari. Content berkaitan dengan kelengkapan menu dan informasi layanan. Accuracy berkaitan dengan ketepatan tarif, titik lokasi, dan estimasi waktu. Format berkaitan dengan tampilan aplikasi. Ease of use berkaitan dengan kemudahan melakukan pemesanan. Timeliness berkaitan dengan ketepatan pembaruan informasi perjalanan.

Yolangga dan Hardiyanti [2] menunjukkan bahwa pengukuran kepuasan pengguna Maxim melalui EUCS dan TAM dapat memberikan gambaran kuat mengenai faktor yang menjelaskan satisfaction. Meskipun hanya perceived usefulness yang berpengaruh dalam pengujian hipotesis mereka, variabel lain tetap dapat digunakan sebagai bahan diagnosis. Apabila akurasi dan ketepatan waktu tidak berpengaruh secara statistik, perusahaan tetap perlu memantau keduanya karena masalah kecil pada akurasi lokasi atau estimasi waktu dapat menimbulkan keluhan langsung.

Kerangka PIECES memberikan sudut pandang yang lebih operasional. Performance menilai kecepatan dan kestabilan aplikasi; information menilai kualitas informasi; economy menilai efisiensi biaya; control menilai keamanan; efficiency menilai kemudahan proses; dan service menilai layanan yang diberikan kepada pengguna. Santoso dan Nurhapsari [6] menggunakan PIECES untuk menilai aplikasi Gojek di Jawa Tengah dan menyimpulkan bahwa faktor-faktor tersebut memenuhi klasifikasi. Hal ini menunjukkan bahwa PIECES dapat digunakan sebagai alat evaluasi praktis untuk melihat kelemahan dan kelebihan aplikasi.

Apabila EUCS dan PIECES digabungkan, evaluasi kinerja akan menjadi lebih lengkap. EUCS kuat untuk melihat kepuasan pengguna akhir, sedangkan PIECES kuat untuk memetakan area masalah secara operasional. Platform dapat menggunakan EUCS untuk mengetahui apakah pengguna puas, lalu menggunakan PIECES untuk mengetahui bagian mana yang perlu diperbaiki. Kombinasi ini sesuai untuk platform transportasi online karena layanan tersebut memiliki sisi aplikasi, ekonomi, keamanan, efisiensi, dan pelayanan lapangan.

3.13 Implikasi Manajerial bagi Platform Transportasi Online

Implikasi pertama dari kajian ini adalah perlunya strategi peningkatan layanan berbasis data. Perusahaan transportasi online memiliki akses terhadap banyak data, seperti rating, riwayat perjalanan, pembatalan, keluhan, lokasi rawan kesalahan titik jemput, serta waktu respons pengemudi. Data tersebut perlu dianalisis secara rutin untuk menemukan pola masalah. Jika suatu wilayah sering mengalami pembatalan atau keluhan titik jemput, perusahaan dapat melakukan perbaikan peta dan penyesuaian operasional di wilayah tersebut.

Implikasi kedua adalah pentingnya keseimbangan antara promosi dan kualitas layanan. Promosi dapat menarik pengguna, tetapi promosi tidak akan mempertahankan pengguna apabila kualitas layanan tidak baik. Damayanti dan Kusyana [3] memang menemukan promosi berpengaruh terhadap kepuasan, tetapi promosi sebaiknya tidak menjadi strategi utama yang berdiri sendiri. Platform perlu memastikan bahwa pengguna yang masuk karena promosi tetap bertahan karena pelayanan yang nyaman dan dapat dipercaya.

Implikasi ketiga adalah perlunya komunikasi tarif yang lebih edukatif. Tarif dinamis sering menjadi sumber ketidakpuasan karena pengguna merasa harga berubah tanpa alasan jelas. Platform dapat memperbaiki hal ini dengan memberikan penjelasan singkat, misalnya karena permintaan tinggi, cuaca, jarak pengemudi, atau kondisi lalu lintas. Penjelasan yang mudah dipahami dapat mengurangi rasa curiga. Transparansi tarif juga dapat membuat pengguna merasa lebih dihargai.

Implikasi keempat berkaitan dengan keamanan dan privasi. Platform perlu menerapkan prinsip perlindungan data sejak tahap desain. Penggunaan nomor virtual,

pembatasan akses data pengemudi terhadap informasi pribadi pengguna, pemantauan percakapan yang dilaporkan, serta sistem pengaduan yang cepat dapat meningkatkan rasa aman. Keamanan digital dan keamanan perjalanan harus dipandang sebagai satu paket layanan. Pengguna tidak hanya ingin tiba di tujuan, tetapi juga ingin merasa aman sejak memesan sampai perjalanan selesai.

Implikasi kelima adalah pentingnya penguatan hubungan dengan mitra pengemudi. Kinerja platform tidak akan kuat apabila mitra pengemudi merasa tidak diperlakukan adil. Pengemudi yang memahami standar pelayanan dan merasa didukung oleh platform cenderung memberikan layanan yang lebih baik. Oleh karena itu, pelatihan, komunikasi kebijakan, dan mekanisme penyelesaian konflik perlu dirancang secara terbuka. Kesejahteraan dan kejelasan aturan bagi pengemudi pada akhirnya juga berdampak pada kepuasan pengguna.

Implikasi keenam adalah penggunaan media sosial sebagai ruang evaluasi cepat. Febrianti dkk. [5] menunjukkan bahwa Platform X dapat menjadi sumber data untuk membaca sentimen pengguna transportasi online. Platform dapat membentuk tim pemantauan isu yang bertugas membaca keluhan berulang, mengelompokkan topik masalah, dan meneruskannya kepada tim teknis atau operasional. Dengan cara ini, keluhan pengguna tidak hanya menjadi kritik publik, tetapi menjadi masukan langsung untuk peningkatan layanan.

3.14 Usulan Indikator Evaluasi Kinerja

Agar evaluasi kinerja platform transportasi online dapat dilakukan secara lebih terarah, indikator berikut dapat digunakan oleh peneliti maupun pengelola platform: Untuk aplikasi Grab, pendekatan Servqual juga relevan digunakan karena dapat memetakan dimensi layanan yang memengaruhi kepuasan pengguna [15].

Tabel 3. Indikator Evaluasi Kinerja

Aspek	Indikator Kuantitatif	Indikator Kualitatif	Sumber Data
Sistem aplikasi	waktu loading, crash rate, keberhasilan transaksi	kemudahan menu, kenyamanan tampilan	log aplikasi, survei pengguna
Lokasi dan rute	persentase akurasi titik jemput, rata-rata deviasi lokasi	keluhan titik jemput dan rute tidak sesuai	GPS, laporan pengguna, ulasan aplikasi
Harga	rata-rata tarif per kilometer, frekuensi perubahan tarif	persepsi keadilan harga dan transparansi biaya	data transaksi, kuesioner
Layanan pengemudi	rating pengemudi, tingkat pembatalan, waktu respons	keramahan, keamanan, komunikasi	rating, komplain, wawancara
Keamanan	jumlah laporan keamanan, waktu penyelesaian kasus	rasa aman pengguna dan kepercayaan terhadap platform	laporan keamanan, survei, media sosial

Aspek	Indikator Kuantitatif	Indikator Kualitatif	Sumber Data
Kepuasan	skor kepuasan, NPS, penggunaan ulang	cerita pengalaman pengguna	survei, ulasan aplikasi, analisis sentimen

Indikator tersebut dapat disesuaikan dengan tujuan penelitian. Jika penelitian berfokus pada kualitas sistem, maka indikator seperti kecepatan aplikasi, akurasi lokasi, dan keberhasilan transaksi perlu diperkuat. Jika penelitian berfokus pada kepuasan pengguna, indikator persepsi harga, layanan pengemudi, dan penanganan keluhan perlu mendapat porsi lebih besar. Dengan indikator yang jelas, evaluasi kinerja akan lebih mudah dipertanggungjawabkan.

Usulan indikator ini juga menunjukkan bahwa evaluasi kinerja platform transportasi online dapat dilakukan dengan pendekatan campuran. Data kuantitatif dapat memberikan gambaran angka, sedangkan data kualitatif dapat menjelaskan alasan di balik angka tersebut. Misalnya, rating rendah dapat dijelaskan melalui komentar pengguna. Tingkat pembatalan tinggi dapat dijelaskan melalui wawancara dengan pengemudi atau pengguna. Pendekatan seperti ini akan menghasilkan pemahaman yang lebih kuat dibanding hanya menggunakan satu jenis data.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan kajian literatur, kinerja platform transportasi online di Indonesia dipengaruhi oleh beberapa dimensi yang saling berkaitan, yaitu kualitas sistem, kualitas informasi, kualitas layanan, persepsi harga dan nilai, keamanan, kepuasan pengguna, dan manfaat bersih. Platform tidak dapat dinilai hanya dari jumlah unduhan atau popularitas merek. Kinerja yang baik terlihat dari kemampuan aplikasi memberikan layanan yang stabil, informasi yang akurat, harga yang transparan, pengalaman perjalanan yang aman, dan kepuasan yang berkelanjutan.

Temuan dari artikel-artikel terbaru menunjukkan bahwa kualitas layanan dan harga sering menjadi faktor penting dalam membentuk kepuasan pengguna. E-service quality, harga, promosi, dan persepsi nilai terbukti berpengaruh positif dalam beberapa penelitian. Namun, persoalan teknis seperti kesalahan titik jemput, aplikasi yang kurang stabil, dan perlindungan data pribadi tetap menjadi perhatian penting. Oleh karena itu, evaluasi kinerja harus menggabungkan pendekatan sistem informasi dan pendekatan kualitas layanan.

Artikel ini menyimpulkan bahwa platform transportasi online di Indonesia perlu meningkatkan kinerja secara menyeluruh. Perbaikan tidak cukup dilakukan pada satu aspek saja. Aplikasi yang baik harus didukung oleh informasi yang jelas, layanan pengemudi yang profesional, kebijakan harga yang adil, keamanan data yang kuat, serta sistem pengaduan yang cepat. Jika semua dimensi tersebut diperhatikan, platform transportasi online dapat memberikan manfaat yang lebih besar bagi pengguna, mitra pengemudi, dan ekosistem transportasi digital di Indonesia.

5. SARAN

Bagi perusahaan penyedia platform transportasi online, disarankan untuk melakukan evaluasi berkala terhadap kualitas sistem, akurasi lokasi, keamanan data, dan kepuasan pengguna. Perusahaan juga perlu memperkuat pelatihan mitra pengemudi serta memperbaiki

mekanisme pengaduan agar keluhan pengguna dapat diselesaikan dengan cepat dan adil. Transparansi tarif harus menjadi perhatian utama karena persepsi harga sangat memengaruhi kepuasan pengguna.

Bagi peneliti berikutnya, disarankan untuk melakukan penelitian empiris dengan responden dari beberapa kota besar dan kota kecil di Indonesia agar hasilnya lebih representatif. Penelitian selanjutnya juga dapat membandingkan kinerja Gojek, Grab, Maxim, dan platform lain menggunakan model yang sama. Selain survei, peneliti dapat memanfaatkan data ulasan aplikasi dan media sosial untuk melihat pengalaman pengguna secara lebih natural.

Bagi pemerintah dan pemangku kepentingan, hasil evaluasi seperti ini dapat menjadi masukan untuk mendorong standar layanan transportasi online yang lebih aman, transparan, dan berkeadilan. Regulasi perlu memperhatikan kepentingan pengguna, pengemudi, dan perusahaan agar ekosistem transportasi online berkembang secara sehat.

REFERENCES

- [1] M. Fahry, R. Oktaria M., G. D., M. R. Borroek, and A. Feranika, "Analisis Kesuksesan Aplikasi Maxim di Kota Jambi Menggunakan Delone and Mclean," *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, vol. 4, no. 2, pp. 538–547, 2023, doi: 10.47065/jtear.v4i2.1086.
- [2] Yolangga and D. Y. Hardiyanti, "Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi Maxim dengan Menggunakan Model End-User Computing Satisfaction (EUCS): User Satisfaction Analysis of the Maxim Application using Model End User Computing Satisfaction (EUCS)," *MALCOM: Indonesian Journal of Machine Learning and Computer Science*, vol. 4, no. 4, pp. 1199–1208, 2024, doi: 10.57152/malcom.v4i4.1423.
- [3] B. D. Damayanti and D. N. B. Kusyana, "Pengaruh E-Service Quality, Harga, dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan Transportasi Online," *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, vol. 3, no. 11, pp. 2247–2260, 2023, doi: 10.32795/vol4wamrtno11th24.
- [4] E. N. N. Gika, R. D. Hani, D. A. Az Zahra, A. N. Kholishah, and S. S. Maesaroh, "Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Ojek Online (Studi pada Konsumen Gojek di Tasikmalaya)," *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, vol. 11, no. 1, pp. 18–28, 2023, doi: 10.26740/jptn.v11n1.p18-28.
- [5] E. Febrianti, F. Akbar, and R. A. Saputra, "Evaluasi Kepuasan Pengguna Transportasi Online di Indonesia Melalui Analisis Sentimen Platform X Dengan Pendekatan Lexicon-Based," *Jurnal Sistem Informasi Komputer (SIKOM)*, vol. 1, no. 2, 2024.
- [6] L. Santoso and R. Nurhapsari, "Analisis Layanan Pengguna Transportasi Online Berbasis Metode Pieces Framework pada Aplikasi Gojek di Jawa Tengah," *Perkivi*, vol. 1, no. 01, pp. 1–8, 2024.
- [7] A. P. Anggraeni, E. Wartiningih, and N. Sofa, "Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Maxim di Kota Depok," *Jurnal Administrasi Profesional*, vol. 5, no. 2, 2024, doi: 10.32722/jap.v5i2.7001.
- [8] M. R. Rifai and W. Rachbini, "Pengaruh Kualitas Layanan dan Persepsi Nilai terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Transportasi Online Grab dan Gojek di Indonesia," *Musytari: Jurnal Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi*, vol. 19, no. 9, pp. 21–30, 2025, doi: 10.2324/0epq1s47.

-
- [9] I. M. Hanika, N. Nani, D. Widowati, and A. Sudirman, "Analysis of Online Transportation Customer Satisfaction in View from Brand Image, E-Service Quality and Security Factors," *SULTANIST: Jurnal Manajemen dan Keuangan*, vol. 11, no. 1, pp. 97–107, 2023, doi: 10.37403/sultanist.v11i1.505.
- [10] S. R. Wulandari and A. Susanti, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Online Grab," *Target: Jurnal Manajemen Bisnis*, vol. 3, no. 1, pp. 67–78, 2021, doi: 10.30812/target.v3i1.1169.
- [11] A. Sudirman, E. Efendi, and S. Harini, "Kontribusi Harga dan Kepercayaan Konsumen untuk Membentuk Kepuasan Pengguna Transportasi Berbasis Aplikasi," *Journal of Business and Banking*, vol. 9, no. 2, pp. 323–335, 2020, doi: 10.14414/jbb.v9i2.2078.
- [12] R. A. Tsalisa, S. P. Hadi, and D. Purbawati, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online Maxim di Kota Semarang," *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, vol. 11, no. 4, pp. 822–829, 2022, doi: 10.14710/jiab.2022.35970.
- [13] Liana, Yinna, M. Chen, and F. Rahmah, "Analisis Kepuasan Pelanggan dan Kualitas Pelayanan pada Pengguna Transportasi Online Maxim," *Neraca: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, vol. 2, no. 1, pp. 9–19, 2024, doi: 10.572349/neraca.v2i1.655.
- [14] P. R. Sitompul, "Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengguna Gojek: Analisis Kuantitatif di Kota Medan," *SINTAMA: Jurnal Sistem Informasi, Akuntansi dan Manajemen*, vol. 4, no. 3, pp. 332–339, 2024.
- [15] D. H. Yanto, "Analisis Faktor-Faktor Kualitas Layanan Aplikasi Grab terhadap Kepuasan Pengguna Menggunakan Pendekatan Service Quality," *Sistemasi: Jurnal Sistem Informasi*, vol. 14, no. 2, pp. 740–755, 2025.