

## KEMAMPUAN NEGOSIASI PENGEMUDI DAN PELANGGAN JASA ANGKUTAN BARANG BERBASIS ONLINE

M. Alif Rizky Ramadhani<sup>1)</sup>, Ali Alamsyah Kusumadinata<sup>2)\*</sup>, Agustina Multi Purnomo<sup>3)</sup>

<sup>123</sup>Sains Komunikasi, email; [ali.alamsyah@unida.ac.id](mailto:ali.alamsyah@unida.ac.id); alifrizki2211@gmail.com

---

---

### ABSTRAK

Komunikasi interpersonal yang baik memungkinkan pengemudi untuk membangun hubungan yang positif dengan pelanggan sehingga memungkinkan pengemudi untuk bernegosiasi secara efektif untuk mencapai kesepakatan yang saling menguntungkan. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui kemampuan negosiasi pengemudi dan pelanggan jasa angkutan barang berbasis online melalui komunikasi interpersonal. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, di mana data yang terkumpul terdiri dari narasi, gambar, dan lainnya. Teknik pengambilan data dengan membangun konstruksi observasi, wawancara, dan dokumentasi dalam pengumpulan data. Subjek penelitian meliputi pengemudi dan pelanggan layanan angkutan barang berbasis online. Proses analisis data melibatkan langkah-langkah pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan atau verifikasi. Temuan dari riset ini pengemudi jasa angkutan barang berbasis online mampu memperlakukan situasi yang terjadi sebagai sebuah masalah yang perlu dipecahkan, tanpa membiarkan emosi pribadi mengganggu proses negosiasi dengan pelanggan. Kesimpulan bahwa kemampuan ini penting untuk hubungan yang baik, kelancaran operasional, dan kepuasan pelanggan. Dengan komunikasi interpersonal yang baik, pengemudi dan pelanggan dapat mencapai kesepakatan saling menguntungkan melalui proses negosiasi.

**Kata Kunci:** Jasa, Komunikasi, Negosiasi, Pelanggan

### PENDAHULUAN

Berdasarkan laporan yang diterbitkan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika, jumlah pengguna internet di Indonesia terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Hal ini menjadikan Indonesia berada di peringkat keenam setelah China, Amerika, Brasil, India, dan Jepang dalam jumlah pengguna internet. Selain digunakan untuk aplikasi berbasis informasi, penggunaan internet juga telah meluas ke berbagai teknologi lainnya (Kusumadinata, 2016). Salah satunya yakni dalam bidang transportasi.

Seiring perkembangan zaman, masyarakat mulai dituntut memiliki mobilitas yang tinggi. Oleh karena itu, masyarakat zaman sekarang membutuhkan

ketersediaan akses yang mudah, cepat, dan murah untuk melakukan sebuah pengiriman barang ke luar kota maupun dalam kota. Tidak terlepas dari kebutuhan mobilisasi, perkembangan digitalisasi pun terus merambah berbagai aspek yang mempermudah kebutuhan manusia. Salah satunya kebutuhan manusia akan bidang dan jasa transportasi untuk membantu memobilisasi kegiatan yang ada di masyarakat. Dimana saat ini profesi pengemudi di tengah maraknya layanan jasa transportasi tidak hanya mengantarkan manusia saja tetapi juga layanan pengiriman barang.

Transportasi merupakan suatu kebutuhan esensial dalam kehidupan sehari-hari masyarakat, yang berperan penting dalam mendukung kelancaran aktivitas sehari-hari. Kemunculan transportasi tidak hanya mempermudah pekerjaan dan pengiriman barang, tetapi juga mengoptimalkan kebutuhan sehari-hari. Masyarakat menunjukkan tingkat ketergantungan yang tinggi terhadap layanan transportasi, dikarenakan keinginan untuk menghemat waktu dan memudahkan berbagai keperluan. Sejalan dengan tuntutan tersebut, muncul berbagai inovasi terbaru dalam layanan transportasi, seperti industri angkutan barang berbasis online yang terus berkembang pesat, sejalan dengan meningkatnya permintaan konsumen akan pengiriman yang lebih cepat.

Berdasarkan data yang dikutip dari (Databoks, 2022), survei yang dilakukan oleh Institute for Development of Economics And Finance (INDEF) pada periode Agustus-September 2022 di wilayah Jabodetabek, Bandung, dan Surabaya, menunjukkan bahwa saat ini, banyak konsumen memilih menggunakan aplikasi atau platform online sebagai solusi untuk mengatur pengiriman barang seperti perusahaan pengiriman barang Lalamove, GoSend, GrabExpress, Shopee Express dan sejenisnya yang mendapatkan popularitas yang signifikan.

Adanya layanan yang disediakan, kadang kala tidak digunakan dengan baik oleh pelanggan yang menyebabkan pengemudi merasa tidak mendapatkan upah yang sesuai dengan hasil kerjanya. Beberapa kasus yang ditemukan peneliti setelah

melakukan observasi awal yaitu pelanggan tidak mau menambah jasa tambahan, seperti tambahan jasa pengangkut, waktu tunggu, dan biaya tol, melainkan hanya menggunakan harga pengirimannya saja. Seharusnya apabila ada biaya tambahan seperti jasa pengangkut, maka pelanggan dianjurkan sebelum memesan di aplikasi memilih fitur biaya tambahan, namun jika pelanggan tersebut tidak memilih jasa pengangkut maka pengemudi tidak akan membantu pelanggan untuk menaikkan dan menurunkan barang yang akan dikirim. Hal seperti inilah yang menyebabkan adanya konflik antara pengemudi dan pelanggan jasa angkutan barang berbasis online.

Sejauh pengalaman penulis mengikuti langsung pengemudi jasa angkutan barang berbasis online tampaknya memang komunikasi yang dekat dan saling percaya itu penting untuk tumbuh diantara kedua pihak, yang mungkin pandangan ini cocok dengan Devito (Afrilia & Arifina, 2020) yang menyatakan bahwa Komunikasi interpersonal merujuk pada proses penyampaian pesan dari satu individu kepada individu lain/sekelompok orang kecil, membawa berbagai implikasi dan memberikan kesempatan untuk memberikan umpan balik. Berarti penyelesaian masalah melalui negosiasi antara pengemudi dan pelanggan mengenai biaya yang harus dibayar dan hal lainnya yang dapat terjadi dapat menggunakan komunikasi interpersonal sebagai penyelesaian. Tujuan penelitian ini menjelaskan kemampuan pengemudi dalam bernegosiasi dengan klient/ penumpang.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Seluruh data yang terkumpul bersifat deskriptif, berupa kata-kata, gambar, dan bentuk data lainnya (Rosyada, 2020). Penelitian ini mengadopsi metode kualitatif, yang merupakan suatu pendekatan yang khas dalam ilmu pengetahuan sosial, yang sangat bergantung pada pengamatan terhadap individu dalam lingkungannya sendiri, serta interaksi dengan mereka dalam bahasa dan terminologi yang sesuai dengan konteksnya (Fauziah & Kusumadinata, 2018).

Informan utama dalam penelitian ini adalah para pengemudi yang memberikan layanan aplikasi angkutan barang, sementara para pelanggan yang menggunakan jasa aplikasi angkutan barang berperan sebagai informan pendukung. Pengumpulan data primer melalui observasi dan wawancara. Observasi dilakukan dengan menggunakan bentuk observasi partisipasi (*participant observation*), yaitu bentuk observasi dengan cara terlibat langsung dalam keseharian narasumber yang dijadikan sumber data. Observasi dilakukan penulis dengan cara mengikuti kegiatan narasumber kemudian diamati dan mencatat perilaku yang muncul pada saat itu (Ni'matuzahroh & Prasetyaningrum, 2018). Penulis menggunakan metode wawancara mendalam (*in-depth interviews*) dalam penelitian ini. Teknik wawancara mendalam ini melibatkan pertanyaan dan jawaban yang dilakukan secara langsung, dihadapan informan (Manzilati, 2017). Data sekunder diperoleh melalui studi dokumentasi. Hasil dari dokumentasi akan dikumpulkan terlebih dahulu, lalu ditelaah untuk menjadi kesatuan data yang utuh sebagai pendukung data lebih akurat (Rukajat, 2018).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Informan dalam penelitian ini dapat menyediakan data yang diperlukan untuk penelitian, peneliti memilih mereka berdasarkan keakraban mereka dengan topik penelitian yang relevan sebagai berikut:

Tabel 1. Alasan pemilihan informan

Informan	Penjelasan
ADR	merupakan seorang pengemudi jasa angkutan barang berbasis online. Andri telah menjadi pengemudi jasa angkutan barang berbasis online sejak tahun 2020 dengan menggunakan aplikasi jasa angkutan barang. Biasanya dalam sehari Andri mempunyai 3 sampai 5 pesanan.

CP	merupakan seorang pengemudi jasa angkutan barang berbasis online. Cecep telah menjadi pengemudi jasa angkutan barang berbasis online sejak tahun 2019 dengan menggunakan aplikasi jasa angkutan barang. Setiap hari Cecep melayani 5-7 pesanan.
JL	merupakan seorang pengemudi jasa angkutan barang berbasis online. Jaenuddin baru bergabung selama tujuh bulan menjadi pengemudi jasa angkutan barang berbasis online. Setiap hari dirinya bekerja selama 5-6 jam dengan rata-rata 3-4 pesanan.
HH	merupakan seorang pelanggan jasa aplikasi angkutan barang berbasis online. Handy merupakan seorang pemilik bengkel motor yang beralamat di Ciomas, oleh karena itu Handy sudah sering menggunakan aplikasi jasa angkutan barang berbasis online.
ND	berprofesi sebagai pegawai di Informa Bogor. Nada merupakan pelanggan baru jasa aplikasi angkutan barang. Nada mengaku sudah beberapa kali memesan jasa angkutan barang berbasis online untuk mengantarkan barang dari toko tempat dirinya bekerja.
MA	merupakan seorang ibu rumah tangga. Margarita tinggal di Banjarwaru Ciawi, dirinya membutuhkan jasa angkutan barang berbasis online untuk memindahkan barang-barang dari rumahnya ke rumahnya yang baru.

Kemampuan negosiasi adalah keterampilan yang penting dalam industri pengiriman barang, terutama dalam konteks pengiriman barang secara online. Pengemudi dan pelanggan perlu memiliki kemampuan untuk bernegosiasi secara efektif untuk tercapainya kesepakatan yang menguntungkan. Dalam konteks komunikasi interpersonal antara pengemudi dan pelanggan jasa angkutan barang berbasis online, kemampuan negosiasi mencakup beberapa aspek kunci yakni kemampuan memisahkan perasaan pribadi dengan masalah yang sedang dihadapi,

kemampuan berfokus pada kepentingan, kemampuan mengumpulkan beberapa pilihan dan kemampuan memastikan hasil didasarkan pada kriteria objektif.

Kemampuan negosiasi antara pengemudi dan pelanggan, perlu mampu memisahkan perasaan pribadi, seperti frustrasi atau kekecewaan, dari masalah yang sedang dihadapi. Mereka harus fokus pada mencari solusi yang praktis dan memuaskan bagi kedua belah pihak, tanpa terpengaruh oleh emosi yang mungkin muncul selama proses negosiasi

Hasil penelitian dari wawancara yang dilakukan diperoleh bahwa pengemudi jasa angkutan barang berbasis online mampu memperlakukan situasi yang terjadi sebagai sebuah masalah yang perlu dipecahkan, tanpa membiarkan emosi pribadi atau perasaan mempengaruhi proses negosiasi, sehingga mampu meningkatkan kepuasan pelanggan dan menciptakan hubungan yang baik lewat negosiasi yang dilakukan. Hal ini dikarenakan ditemukan bahwa pelanggan cenderung melihat profesionalitas dari pengemudi lewat negosiasi yang dilakukan melalui kontrol pengemudi dari sisi emosi. Dengan aspek ini terpenuhi, maka akan menyebabkan negosiasi yang dilakukan berjalan sesuai dengan yang diharapkan.

Kemampuan yang berfokus pada kepentingan, pengemudi dan pelanggan dapat bekerja sama untuk menemukan solusi yang saling menguntungkan. Mereka dapat menemukan titik temu di mana kepentingan keduanya terpenuhi, sehingga menciptakan kesepakatan yang adil dan berkelanjutan. Hasil penelitian dari wawancara yang dilakukan, menunjukkan bahwa secara keseluruhan pengemudi memberikan perhatian penuh kepada pelanggan dalam negosiasi yang dilakukan dengan berorientasi pada kebutuhan dan prioritas pelanggan jasa angkutan barang berbasis online. Pengemudi dapat mengenali dengan baik kebutuhan atau keinginan pelanggan sehingga kesepakatan didasari pada apa yang benar-benar mereka inginkan, walaupun ditemukan beberapa kasus dari pelanggan bahwa pengemudi kurang peka sehingga pelanggan harus mengulang keinginannya selama beberapa kali sebelum akhirnya mencapai sebuah kesepakatan.

Aspek yang lainnya yaitu kemampuan mengumpulkan beberapa pilihan. Kemampuan mengumpulkan beberapa pilihan memungkinkan pengemudi dan pelanggan untuk mempertimbangkan berbagai opsi sebelum membuat keputusan. Dalam konteks pengiriman barang, pengemudi mungkin memiliki berbagai opsi layanan yang tersedia, seperti pengiriman ekspres dengan biaya tambahan atau pengiriman reguler dengan waktu pengiriman yang lebih lama. Dengan mengumpulkan beberapa pilihan, pengemudi dan pelanggan dapat mengeksplorasi berbagai alternatif yang mungkin memenuhi kebutuhan dan preferensi mereka. Mereka dapat mempertimbangkan berbagai faktor, seperti biaya, waktu pengiriman, dan kualitas layanan, sebelum membuat keputusan akhir. Memastikan bahwa keputusan yang diambil didasarkan pada informasi yang komprehensif dan pertimbangan yang matang.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa setiap pengemudi memiliki caranya masing-masing dalam membuat pilihan atau solusi yang dapat ditawarkan kepada pelanggan dalam proses negosiasi yang dilakukan. Jika pelanggan memiliki beberapa pilihan dari pengemudi maka akan membantu mereka dalam mengurangi resiko dan ketidakpastian dalam suatu permasalahan, hal ini berarti jika pengemudi memiliki satu opsi yang tidak berhasil atau tidak memuaskan maka masih ada pilihan lain yang dapat dieksplorasi untuk mencapai solusi yang diinginkan dari proses negosiasi yang dilakukan. Aspek terakhir yaitu kemampuan memastikan hasil didasarkan pada kriteria objektif. Dalam konteks pengiriman barang, kriteria objektif mungkin mencakup biaya pengiriman, waktu pengiriman, atau tingkat keamanan pengiriman. Pengemudi dan pelanggan perlu mampu memastikan bahwa keputusan yang diambil didasarkan pada kriteria objektif yang relevan. Mereka harus menggunakan informasi yang tersedia untuk mengevaluasi setiap opsi secara obyektif dan memilih solusi yang paling memenuhi kriteria tersebut. Hal ini memastikan dari hasil yang memuaskan.

Hasil temuan dari wawancara diperoleh bahwa pengemudi menjelaskan kriteria objektif yang digunakan dalam menentukan hasil negosiasi kepada pelanggan melalui beberapa cara yang dimiliki masing-masing pengemudi, seperti analisis biaya dan pendapatan, preferensi kebutuhan pelanggan dan meminta informasi ke orang-orang yang lebih berpengalaman, untuk dijadikan dasar-dasar pengambilan keputusan, sehingga mengurangi kemungkinan konflik atau ketidakpuasan dari pelanggan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelanggan merasa bahwa pengemudi cenderung mampu mengumpulkan dan menganalisis informasi dengan cermat untuk mendukung keputusan yang diambil dalam negosiasi yang dilakukan. Walaupun ada beberapa pengemudi yang menyampaikan informasi kurang lengkap, namun pengemudi tersebut tetap mengidentifikasi potensi keuntungan dan kerugian yang diperoleh dari setiap pilihan yang ditawarkan.

Secara keseluruhan, kemampuan negosiasi memastikan kelancaran operasional dan kepuasan pelanggan dalam jasa angkutan barang berbasis online. Dengan menerapkan komunikasi interpersonal yang baik, pengemudi dan pelanggan dapat mencapai kesepakatan yang saling menguntungkan melalui proses negosiasi yang dilakukan (Bimantoro & Radyta, 2019). Komunikasi interpersonal yang baik adalah landasan keberhasilan negosiasi. Dengan memahami kebutuhan dan kepentingan kedua belah pihak, mendengarkan satu sama lain secara aktif, serta bersikap fleksibel dan mau berkompromi, pengemudi dan pelanggan dapat mencapai kesepakatan yang saling menguntungkan melalui proses negosiasi (Barnes, Leonidou, Siu, & Leonidou, 2015).

## **KESIMPULAN**

Kemampuan negosiasi mencakup pertimbangan yang rasional dan menguntungkan kedua belah pihak. Secara keseluruhan, kemampuan negosiasi sangat penting dalam menciptakan hubungan yang baik antara pengemudi dan



pelanggan, serta memastikan kelancaran operasional dan kepuasan pelanggan dalam jasa angkutan barang berbasis online. Dengan menerapkan komunikasi interpersonal yang baik, pengemudi dan pelanggan dapat mencapai kesepakatan yang saling menguntungkan melalui proses negosiasi yang dilakukan.

## REFERENSI

- Afrilia, A. M., & Arifina, A. S. (2020). *Buku Ajar Komunikasi Interpersonal*. Magelang: Penerbit Pustaka Rumah Cinta.
- Barnes, B. R., Leonidou, L. C., Siu, N. Y., & Leonidou, C. N. (2015). Interpersonal Factors As Drivers Of Quality And Performance In Western–Hong Kong Interorganizational Business Relationships. . *Journal Of International Marketing*, 23(1), 23-49.
- Bimantoro, G. B., & Radyta, A. B. (2019). Analisis Strategi Personal Selling Marketing Communication Di Pt. Infoglobal (Contoh Kasus Produk Aplikasi Pertahanan Markas Besar Tni Angkatan Udara Di Jakarta). *Jurnal Manajemen Bisnis*, 22(1), 43-63.
- Databoks. (Den 8 Desember 2022). *Gojek Dominasi Pasar Logistik Online Di Indonesia*. Hämtat Från Katadata.Co.Id: <https://Databoks.Katadata.Co.Id/Datapublish/2022/12/08/Gojek-Dominasi-Pasar-Logistik-Online-Di-Indonesia>
- Fauziah, R., & Kusumadinata, A. A. (2018). Efektifitas Promosi Destinasi Wisata Rekreasi Gunung Pancar Melalui Postingan Instagram Media Sosial. *Jurnal Komunikatio*, 27-32.
- Kusumadinata, A. A. (2016). Penggunaan Internet Di Kalangan Petani Sayur Dalam Memperoleh Informasi Pertanian Di Kabupaten Cianjur . *Indonesian Journal Of Agricultural Economics*, 13-24.
- Manzilati, A. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma, Metode, Dan Aplikasi*. Malang: Ub Press.

Ni'matuzahroh, & Prasetyaningrum, S. (2018). *Observasi: Teori Dan Aplikasi Dalam Psikolog*. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang.

Rosyada, D. (2020). *Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu Pendidikan*. Jakarta: Kencana.

Rukajat, A. (2018). *Pendekatan Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Deepublish.