

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi saat ini merupakan dasar untuk mengembangkan kehidupan berbangsa dan bernegara. Kemajuan suatu negara didasarkan atas seberapa jauh ilmu pengetahuan dan teknologi yang dikuasai oleh negara tersebut. Kita saat ini hidup di zaman teknologi yang sudah maju atau berada di zaman globalisasi atau bisa juga disebut zaman modernisasi. Di zaman modernisasi seperti sekarang, manusia sangat bergantung sekali pada teknologi. Hal ini membuat teknologi menjadi kebutuhan dasar bagi setiap orang. Mulai dari orang tua hingga anak muda, juga para ahli hingga orang awam pun menggunakan teknologi dalam berbagai aspek kehidupannya.

Perkembangan teknologi bisnis pada jasa transportasi pun juga berkembang di Indonesia. Jasa transportasi merupakan sarana pendukung di kalangan masyarakat sebagai faktor penunjang dalam kegiatan sehari-hari. Layanan jasa di bidang transportasi yang berupa transportasi angkutan penumpang, transportasi layanan pengiriman, angkut barang, dan lain sebagainya. Semakin banyaknya layanan transportasi yang tersedia akan semakin dapat membantu masyarakat dalam menyokong dan mendorong perekonomian yang baik.

Jasa transportasi digunakan oleh masyarakat untuk mempermudah aktivitas keseharian mereka seperti bekerja, bersekolah, bepergian maupun aktivitas lainnya. Kebanyakan masyarakat masih menjadikan angkutan umum sebagai pilihan utama mereka yang tampaknya tidak diimbangi dengan penyediaan angkutan umum serta kapasitas angkut yang memadai. Dengan banyak masalah yang timbul dipertanian seperti kemacetan lalu lintas, kurangnya pelayanan dan kondisi angkutan umum yang masih belum memadai. Oleh sebab itu, yang dahulunya transportasi hanya ada angkutan umum dan ojek konvensional sekarang telah berkembang menjadi transportasi *online*.

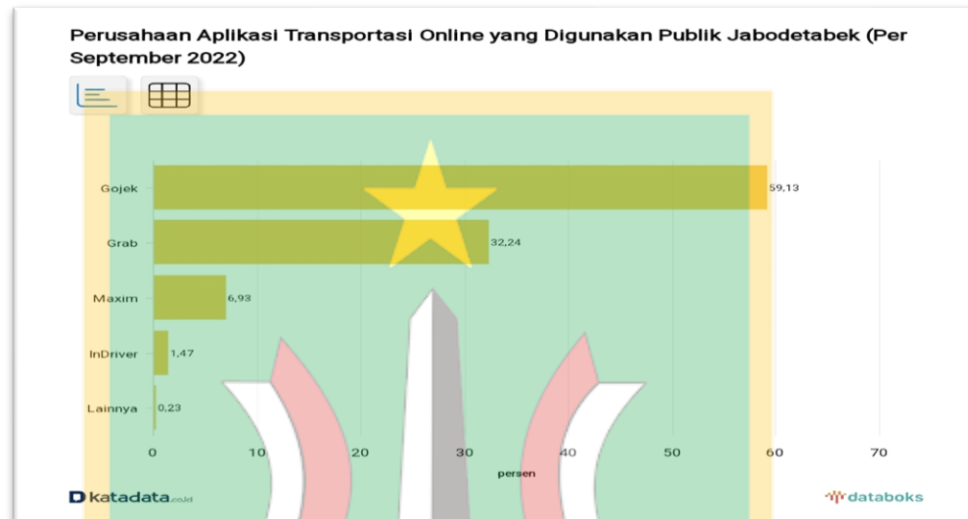
Transportasi *online* merupakan perusahaan dibidang transportasi dengan menerapkan sebuah platform aplikasi di mana pelanggan bisa memesan sarana transportasi secara *online* dengan hanya memesan melalui aplikasi tertentu diponsel dan dilakukan dengan koneksi internet. Transportasi *online* dalam pelayanannya mulai dari pemesanan, pembayaran, penilaian layanan dan lain sebagainya. Dengan adanya fenomena tersebut membuat persaingan bisnis pada jasa transportasi saat ini mengharuskan perusahaan yang beroperasi dibidang transportasi *online* untuk selalu melakukan berbagai macam strategi yang dapat menarik minat para konsumennya.

Dengan banyaknya jenis layanan transportasi *online* yang tersedia Indonesia, menjadi pemicu pada meningkatnya persaingan antar perusahaan jasa transportasi *online*. Transportasi *online* muncul di tengah kondisi sistem transportasi di Indonesia yang belum tertata dengan baik. Beberapa perusahaan besar berlomba untuk membentuk perusahaan transportasi berbasis aplikasi *online*, beberapa di antaranya adalah Gojek, Grab, Uber dan juga Maxim. Jadi, perusahaan transportasi *online* harus berlomba-lomba untuk selalu membuat kenyamanan pengguna agar terciptanya kepuasan pelanggan.

Maxim merupakan perusahaan asal Rusia yang bergerak dibidang jasa transportasi berdiri sejak tahun 2003. Perusahaan yang telah menciptakan teknologi yang inovatif dalam hal order kendaraan untuk perjalanan, pengiriman barang dengan kendaraan besar, pembelian dan pengantaran, bantuan saat perjalanan, yang membuat layanan tersebut menjadi modern, mudah dan aman. Pada tahun 2014, perusahaan Maxim memperluas bisnisnya dengan membuka cabang di beberapa negara seperti Ukraina, Kazakhstan, Georgia, Bulgaria, Tajikistan, Belarusia, Azerbaijan, dan Italia. Saat ini, Maxim merupakan perusahaan taksi terbesar ketiga di Rusia.

Maxim membuka cabang dan masuk ke Indonesia pada tahun 2018 dan Imam Mutamad Azhar selaku *Development Manager* Maxim Indonesia. Maxim sudah mengantongi izin Nomor Sertifikat Tanda Daftar Kementerian Komunikasi dan Informatika No. 01522/DJAI.PSE/05/2019 dengan nama Perusahaan Teknologi Perdana Indonesia. Maxim Indonesia berkembang

menjadi perusahaan transportasi *online* yang tidak hanya fokus ke taksi, tetapi juga jenis layanan angkutan lain seperti ojek atau mobil pada umumnya. Maxim Indonesia juga menawarkan kerjasama bagi masyarakat Indonesia yang ingin bergabung menjadi mitra Maxim dalam artian ikut serta mengelola bisnis layanan transportasi *online* itu.



Gambar 1. 1

Perusahaan Aplikasi Transportasi Online yang Digunakan Publik Jabodetabek (Per September 2022)

Sumber : databoks.katadata.co.id

Survei Badan Penelitian dan Pengembangan (Balitbang) serta Kementerian Perhubungan (Kemenhub) mengungkap mayoritas publik paling banyak menggunakan aplikasi transportasi *online* Gojek. Tercatat, sebanyak 59,13 persen responden mengaku memilih aplikasi buatan perusahaan *decacorn* dalam negeri ini. Setelah Gojek, masyarakat menggunakan aplikasi Grab (32,24 persen), Maxim (6,93 persen), InDriver (1,47 persen) dan lainnya (0,23 persen).

Dari data diatas masalah yang terjadi pada Maxim yaitu Maxim masih jauh sekali dari kompetitornya yang berarti belum banyaknya tingkat kepercayaan dari masyarakat untuk menggunakan Maxim. Artinya, orang lebih banyak menggunakan Grab dan Gojek daripada Maxim. Masyarakat menganggap Maxim terasa masih baru yang membuat masyarakat pun ragu-

ragu untuk menggunakan jasanya. Maxim harus selalu mengembangkan segala fitur dan produk jasanya agar terciptanya kepuasan pelanggan.

Tabel 1. 1 Pra Penelitian

Dari 30 responden Mahasiswa UNAS angkatan 2019-2022 yang diambil untuk hasil data sementara berupa pernyataan sebagai berikut:

No	Pernyataan	Hasil
1.	Pernah menggunakan jasa ojek online Maxim	30 responden Mahasiswa UNAS 'pernah' menggunakan jasa ojek online Maxim
2.	Harga yang diberikan oleh jasa ojek online Maxim sudah sesuai yang diharapkan	45% 'Setuju' 33% 'Sangat Setuju' 21% 'Netral'
3.	Sebelum menggunakan ojek online Maxim, membandingkan harga terlebih dahulu dengan kompetitornya, seperti Grab & Gojek	51% 'Sangat Setuju' 36% 'Setuju' 6% 'Netral' 3% 'Tidak Setuju' dan 'Sangat Tidak Setuju'
4.	Puas terhadap harga yang diberikan jasa ojek online Maxim	48% 'Setuju' 36% 'Sangat Setuju' 15% 'Netral'
5.	Ojek online Maxim sangat bisa diandalkan dibanding kompetitornya	36% 'Netral' 33% 'Setuju' 27% 'Sangat Setuju' 3% 'Tidak Setuju'
6.	Puas setelah menggunakan jasa ojek online Maxim sehingga mampu menimbulkan kepercayaan bagi penggunanya	45% 'Netral' 33% 'Setuju' 15% 'Sangat Setuju' 6% 'Tidak Setuju'
7.	Kualitas pelayanan yang diberikan ojek online Maxim lebih unggul dibanding kompetitornya	39% 'Netral' 30% 'Setuju' 21% 'Sangat Setuju' 9% 'Tidak Setuju'
8.	Puas terhadap pelayanan yang diberikan jasa ojek online Maxim	51% 'Netral' 30% 'Setuju' 18% 'Sangat Setuju'

Berdasarkan tabel Hasil Pra Penelitian 30 responden Mahasiswa UNAS yang pernah menggunakan ojek *online* Maxim didapatkan bahwa berdasarkan variabel persepsi harga semua responden puas terhadap harga yang diberikan oleh Maxim karena harga sesuai yang diharapkan dibandingkan kompetitornya. Sedangkan, untuk variabel kepercayaan dan kualitas pelayanan semua responden masih netral artinya masih ragu-ragu terhadap jasa ojek *online* Maxim.

Memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dan persaingan. Menurut Kotler dan Keller (2012) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (atau hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika apa yang diberikan para perusahaan jasa memenuhi keinginan konsumen maka konsumen akan puas. Begitupun sebaliknya apabila keinginan konsumen tidak seperti apa yang mereka inginkan maka konsumen akan tidak puas. Seorang pelanggan jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama.

Mengacu pada masalah penelitian diatas dan hasil Pra-Penelitian maka penulis tertarik untuk meneliti kembali tentang **“Pengaruh Persepsi Harga, Kepercayaan, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Ojek *Online* Maxim Pada Mahasiswa Universitas Nasional Angkatan 2019-2022”**.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan diatas maka rumusan masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi ojek *online* Maxim pada Mahasiswa Universitas Nasional Angkatan 2019-2022?
2. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi ojek *online* Maxim pada Mahasiswa Universitas Nasional Angkatan 2019-2022?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi ojek *online* Maxim pada Mahasiswa Universitas Nasional Angkatan 2019-2022?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari perumusan masalah yang dihadapi, tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi ojek *online* Maxim pada Mahasiswa Universitas Nasional Angkatan 2019-2022.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi ojek *online* Maxim pada Mahasiswa Universitas Nasional Angkatan 2019-2022.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi ojek *online* Maxim pada Mahasiswa Universitas Nasional Angkatan 2019-2022.

D. Kegunaan Penelitian

1. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi mengenai pengaruh persepsi harga, kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi ojek *online* Maxim pada Mahasiswa Universitas Nasional Angkatan 2019-2022 dan semoga hasil penelitian ini akan digunakan sebagai acuan untuk penelitian serupa di masa yang akan datang.

2. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat memberi informasi untuk tujuan pendidikan dan menjelaskan nilai wawasan baru pada lingkup manajemen pemasaran yang berkaitan dengan persepsi harga, kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi ojek *online* Maxim pada Mahasiswa Universitas Nasional Angkatan 2019-2022.

