

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Transportasi adalah faktor terpenting dalam pembangunan suatu bangsa, menjadi salah satu aspek indikator pertumbuhan ekonomi dalam konteks pertumbuhan penduduk dan perkembangan sektor transportasi. Dengan cara apa dampak transportasi menghambat inisiatif ekonomi dan pembangunan di negara atau wilayah mana pun. Pengangkutan barang dengan kendaraan sangat penting bagi kehidupan manusia, baik untuk interaksi antar manusia maupun sebagai sarana untuk membantu manusia dalam memindahkan barang dari satu tempat ke tempat lain. Adanya kegiatan masyarakat tersebut memerlukan alat atau sarana penunjang yang mencukupi yang merupakan ciri keberadaan manusia sebagai masyarakat yang berkelompok satu-satunya yang lain adalah pengangkut

Kemajuan teknologi di bidang transportasi telah menjadi fenomena sosial yang mempengaruhi seluruh lapisan masyarakat dan pada saat ini masyarakat menyadari bahwa internet cukup membantu dalam memajukan kehidupan sehari-hari. Masyarakat bergantung pada smartphone dan internet adalah maraknya pengguna smartphone, baik sistem android maupun iOS. Ungkapan yang disebut sebagai pemilik bisnis pakaian jadi memang merujuk pada bisnis pakaian jadi online. Kondisi fenomena transportasi online saat ini masih cukup labil karena mengandalkan aplikasi user friendly yang bisa diunduh oleh siapa saja dengan smartphone android atau iOS. Pemesanan adalah dengan aplikasi yang mudah membuat ojek *online* diterima dengan cepat di kalangan masyarakat, serta berbagai macam pilihan layanan yang diberikan sehingga mampu memenuhi kebutuhan masyarakat dalam bidang jasa Anis A (2017) cukup terjangkau, mudah digunakan, aman, dan praktis, seperti jasa transportasi. Berkaitan dengan kebutuhan masyarakat akan transportasi yang cukup murah dan mudah didapat muncul tren baru berkat para pengusaha yang menerapkan inovasi mutakhir. dalam penyediaan layanan transportasi untuk kendaraan ojek *online* atau ojek daring.

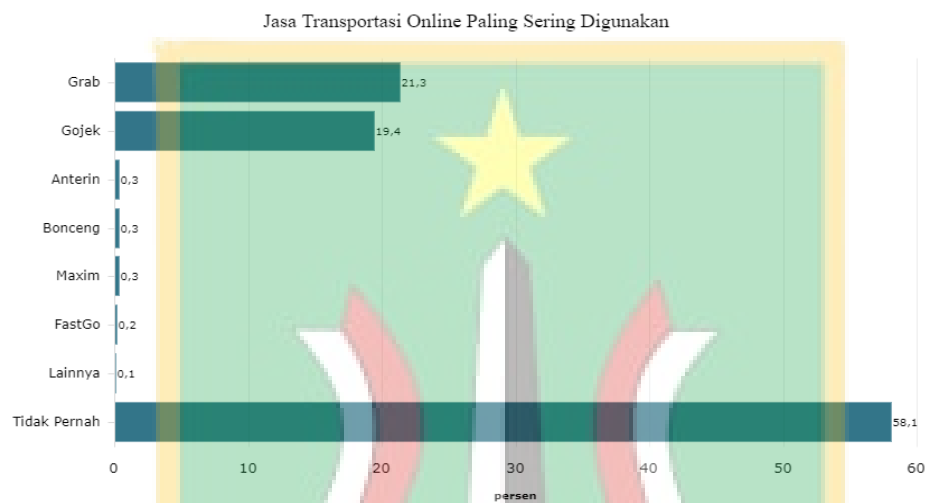
Ada banyak bisnis yang menawarkan layanan transportasi internet saat ini. Selain mengatasi masalah transportasi internet solusi kendaraan alternatif juga tersedia untuk memindahkan orang dan barang dengan cepat dan aman di lokasi yang sulit dijangkau oleh transportasi konvensional. Sebuah revolusi kreatif sedang terjadi di industri transportasi. Semuanya telah dipengaruhi oleh teknologi dan sistem komunikasi yang digunakan saat ini cukup efisien. Semuanya telah dikomodifikasi menjadi satu genggam. Jika kita ingin menggunakan transportasi umum seperti taksi atau ojek kita harus lebih rajin dengan menggunakan smartphone agar dapat dengan mudah menemukan transportasi yang akan kita gunakan saat ini. Alhasil, tanpa harus menegosiasikan harga, transportasi *online* akan menemukan kita dan mengantarkan kita ke tempat yang kita tuju. Karena lebih mudah daripada transportasi tradisional, sebagian besar masyarakat beralih ke sana. Penyedia transportasi online paling terkenal adalah Maxim.

Maxim adalah perusahaan global yang kuat di bidang teknologi informasi. Perusahaan ini menawarkan platform yang ramah pengguna yang memungkinkan komunikasi yang mudah antara pengguna dan klien. Maxim adalah perusahaan transportasi internet baru yang potensial di Indonesia. Maxim setidaknya sudah ada sejak tahun 2003. Namun, hanya ada satu layanan peminjaman taksi di Chardinsk, sebuah kota di Pegunungan Ural Rusia. Di Indonesia Maxim awalnya mulai beroperasi pada tahun 2018. Perusahaan memperluas fokusnya lebih dari sekedar menjadi penyedia transportasi *online* dengan menambahkan jenis layanan angkutan lainnya, seperti ojek atau *mobile* dalam kegiatan usaha normal. Selain di kota-kota lain, transportasi dengan cara ini saat ini telah beroperasi di berbagai kota termasuk Jakarta. Maxim mengembangkan aplikasinya sendiri dan menciptakan sistem untuk angkat keras dan lunak yang memungkinkannya berkomunikasi dengan pimpinan perusahaannya, menghasilkan \$1 juta per hari, meningkatkan standar pekerja dan tenaga kerja, serta menganalisis dan mengoptimalkan bisnisnya. Maxim memiliki manfaat bagi pelanggan dan karyawan, seperti sistem pemesanan yang fleksibel untuk karyawan, harga yang kompetitif, dan sistem pemesanan pesanan untuk pelanggan. Fokus studi saat ini hanya pada analisis perilaku pengguna atau klien. Maxim memiliki Pesaing, yaitu Gojek, Grab, InDriver, dan opsi lainnya, dalam

skema hal. Ini adalah perusahaan transportasi internet. Maxim harus memiliki strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan penjualan.

Berikut adalah daftar layanan jasa transportasi *online* paling sering digunakan di masyarakat

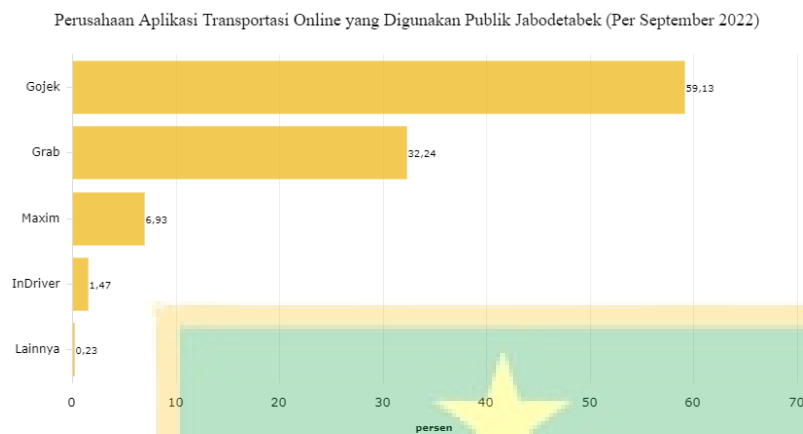
**Gambar : 1.1 Layanan transportasi *online* paling populer di masyarakat (2020)**



**Sumber : [databoks.katadata.co.id](http://databoks.katadata.co.id)**

Menurut data pada gambar 1.1 layanan transportasi *online* paling populer di masyarakat transportasi Maxim berada pada urutan kelima yaitu memperoleh 0.3 persen diantara pesaing lain seperti Grab dan Gojek. Di lanjutkan dengan 0,1 persen lainnya dan 58,1 persen tidak pernah menggunakan jasa transportasi *online*. ( Hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) periode 2019-kuartal II/2020 . Survei APJII melalui kuesioner dan wawancara terhadap 7.000 sampel, dengan tingkat toleransi kesalahan (*margin of error*) 1,27% riset dilakukan pada 2-25 Juni 2020

**Gambar: 1.2 Daftar Aplikasi Transportasi *Online* yang Digunakan Publik Jabodetabek**



**Sumber :** [databoks.katadata.co.id](https://databoks.katadata.co.id)

Menurut data pada gambar 1.2 daftar aplikasi transportasi *online*. Maxim menduduki peringkat ketiga dengan memiliki nilai (6.93%) penggunaan yang digunakan publik di Jabodetabek. Maxim memperoleh (6.93%) dengan pesaing utama Gojek dan juga Grab padahal menurut data yang diperoleh Maxim merupakan perusahaan yang telah beroperasi di Indonesia sejak tahun 2018 dan juga menawarkan beberapa layanan seperti (*bike*) motor. Yang terlihat dari Gambar 1.2` pada daftar aplikasi transportasi *online* yang digunakan publik Jabodetabek, Survei Badan Penelitian dan Pengembangan (Balitbang) 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, menggunakan aplikasi Grab (32,24 persen), Maxim (6,93 persen), InDriver (1,47 persen) dan lainnya (0,23 persen).

Data diatas dapat menggambarkan terdapat ada permasalahan pada *iehavior intention*. Adapaun *behavior intention* dapat dipengaruhi oleh kualitas layanan, *customer value* dan kepercayaan. Kepuasan konsumen menghubungkan antara kualitas layanan dan kemungkinan untuk kembali. Tingkat kepercayaan konsumen yang meningkat akan mempersulit mereka untuk membeli produk. Hal ini juga didukung penelitian yang terdapat GAP teori yaitu penelitian Yu dalam

(Namin 2016) menemukan bahwa terdapat hubungan antara *service quality* dan *behavioral intention* dan juga hasil penelitian yang dilakukan oleh Benhardo Chandra, Rita (2015) menyatakan kualitas layanan terbukti memiliki pengaruh positif terhadap *behavior intention*

Veny Melinda (2019) dalam hasil penelitiannya menemukan bahwa *customer value* berpengaruh yang signifikan terhadap *behavior intention*. Selain itu, Resti Hardini (2022) menyatakan *customer value* terbukti memiliki pengaruh positif terhadap *behavior intention*

Menurut Jocellynne Saintz (2019) dengan judul penelitian “Analisa Pengaruh *Initial Trust* Terhadap *Actual Usage* Melalui *Behavioral Intention* Dalam Aplikasi Digitalpayment OVO” dalam hasil penelitiannya menemukan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap *Behavior Intention*. Hasil penelitian juga dilakukan oleh Zuwina Miraza, Arasy Ayu Setiamy, dan Tommy Afrialdi Syahputra (2022) dengan judul penelitian “*Customer Value* dan *Technology Acceptance* sebagai factor penentu *Behavior Intention* Melalui *Trust* dan *Customer Value* Pengguna Aplikasi Gerak Virtual Race” yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap *behavior intention*

Mahasiswa Universitas Nasional sering menggunakan transportasi aplikasi berbasis *online* (ojek *online*) karena setiap mahasiswa Universitas Nasional memiliki finansial dan budget yang berbeda sehingga mahasiswa sangat membutuhkan kendaraan yang harganya murah untuk meminimalisir pengeluaran yang sesuai dengan kantong mahasiswa tersebut.

Berdasarkan hasil penjelasan latar belakang diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ **PENGARUH KUALITAS LAYANAN, CUSTOMER VALUE DAN KEPERCAYAAN TERHADAP BEHAVIOR INTENTION TRANSPORTASI ONLINE BIKE MAXIM PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS NASIONAL** “

## B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka penulisan mencoba menggali lebih jauh dan mengambil rumusan masalah antara lain:

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap *behavior intention* transportasi *online bike* Maxim pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional ?
2. Apakah *customer value* berpengaruh terhadap *behavior intention* transportasi *online bike* Maxim pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional ?
3. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap *behavior intention* transportasi *online bike* Maxim pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional ?

## C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah di paparkan maka penelitian ini bertujuan untuk

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap *behavior intention* transportasi *online bike* Maxim pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *customer value* terhadap *behavior intention* transportasi *online bike* Maxim pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap *behavior intention* transportasi *online bike* Maxim pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

### 1. Kegunaan Penelitian

Setiap kegiatan yang dilakukan hendaknya memiliki manfaat bagi pihak yang melakukan maupun pihak lain. Adapun kegiatan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a) Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan dan *driver* transportasi *online bike* Maxim sebagai bahan pertimbangan dalam pengelolaan pemasaran terutama tentang kualitas layanan, *customer value* dan kepercayaan terhadap *behavior intention*

b) Bagi Akademis

Diharapkan pada penelitian ini dapat digunakan sebagai informasi bagi mereka yang saat ini sedang belajar tentang pengelolaan pengetahuan khususnya, dan juga akan digunakan sebagai referensi atau tolak ukur untuk penelitian selanjutnya tentang kualitas layanan yang ditawarkan, *customer value*, dan kepercayaan.

c) Bagi Penulis

Bermanfaat untuk menciptakan pemahaman dalam menulis dan menambah wawasan serta pengalaman dalam meningkatkan kualitas layanan, *customer value* dan kepercayaan terhadap produk jasa yang diteliti

