

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pesatnya perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi di dunia saat ini tentunya telah memberikan dampak yang sangat besar dalam segala aspek kehidupan manusia, salah satunya adalah bidang transportasi. Manusia menggunakan jasa transportasi hampir setiap hari untuk memenuhi kebutuhannya, antara lain untuk pekerjaan, pendidikan, perjalanan, dan lain lain sebagainya. Kebutuhan konsumen yang semakin beragam ini membuat banyak penyedia jasa semakin inovatif dan kreatif, sehingga perusahaan-perusahaan tersebut menangkap peluang untuk memberikan layanan yang lebih praktis untuk memenuhi kebutuhan konsumen premium (Chaniago, 2020). Kualitas yang dimaksud adalah pelayanan yang diberikan perusahaan, dengan fasilitas yang memadai demi kenyamanan, keamanan dan keinginan konsumen.

Jasa transportasi merupakan salah satu kebutuhan setiap orang dalam mendukung aktivitas dan mobilitas didalam kehidupan sehari-hari. Transportasi merupakan suatu kegiatan memindahkan manusia atau barang dari suatu tempat ketempat yang lain menggunakan sarana angkutan umum dengan membayarkan dengan sejumlah biaya tertentu.

Kemajuan era ini, menjadi suatu keuntungan bagi setiap perusahaan atau organisasi yang melibatkan jaringan internet untuk melakukan transaksi dengan berbekal kolaborasi antara pengetahuan, bisnis, dan keterampilan pemrograman (Abdillah, 2020). Jika dibandingkan dengan sebelum adanya internet, transaksi

dilakukan dengan cara konvensional dan tidak sepraktis saat ini, sehingga pengaruh internet sangat menguntungkan bagi suatu perusahaan.

Terlebih lagi, berbagai tawaran dan inovasi dari perusahaan penyedia transportasi muncul untuk mempermudah konsumen dalam melakukan mobilisasi yang dikenal dengan ojek *online*. Ojek *online* dirancang dengan layanan pemesanan berbasis teknologi melalui aplikasi dengan berbagai fitur-fitur canggih yang disediakan didalamnya (Prasuda, 2020). Banyak perusahaan yang menyediakan jasa transportasi ojek online, seperti Gojek, Grab, Uber, Ojek, Maxim dan lain-lain. Semua aplikasi tersebut memberikan kemudahan dan pelayanan mulai dari fitur yang tersedia dalam aplikasi, harga yang ditawarkan, dan juga sistem pemesanan melalui aplikasi dari *smartphone*.

Salah satu perusahaan penyedia ojek online pada saat ini adalah Taxi Maxim yang bergerak di jasa layanan transportasi online. Taxi Maxim adalah sebuah perusahaan teknologi asal Rusia yang didirikan oleh **Maxim Azibarov** pada tahun 2003 di kota Chardinsk. Maxim telah beroperasi di Indonesia sejak tahun 2018. Perusahaan ini menawarkan beberapa layanan seperti layanan transportasi seperti motor dan mobil, pengiriman barang, pesan-antar makanan dan masih ada fitur lainnya yang tersedia di aplikasi yang bisa mempermudah konsumen dari pengguna Maxim. Sebagai jasa transportasi yang baru di Indonesia, Maxim mengukuhkan diri sebagai perusahaan transportasi *ride hailing* dengan tarif yang ekonomis. Sehingga, Maxim harus bisa memberikan fasilitas serta pelayanan yang baik serta harga dan promosi kepada konsumen pengguna aplikasi tersebut. Munculnya Maxim di Indonesia mendapatkan banyak tanggapan

dari masyarakat Indonesia. Maxim menciptakan tren dengan merubah kebiasaan masyarakat yang telah terbiasa menggunakan Gojek dan Grab sebagai media transportasi *online* menjadi beralih untuk menggunakan Maxim. Kesuksesan Gojek dan Grab sebagai market leader transportasi *online* di Indonesia menjadi trigger munculnya market challenger di Indonesia. Hal ini peluang Maxim dalam membangun citra perusahaan serta menggaet masyarakat untuk menjadikan Maxim sebagai pilihan transportasi *online*.

Harga merupakan salah satu faktor penentu kepuasan konsumen. Harga menjadi poin penting dalam kepuasan konsumen karena harga merupakan jumlah uang yang diperlukan sebagai penukar berbagai kombinasi produk atau jasa. Menurut Indrasari (2019:36) Harga merupakan nilai yang dinyatakan dalam rupiah. Tetapi dalam keadaan yang lain harga didefinisikan sebagai jumlah yang dibayarkan oleh pembeli.

Table 1.1

Perbandingan Tarif Maxim, Gojek, dan Grab dari Alfamidi Setia Luhur tujuan Plaza Medan Fair untuk layanan sepeda motor

No	Nama	Tarif
1	Maxim	Rp. 9.100
2	Gojek	Rp. 12.500
3	Grab	Rp. 14.000

Sumber: Data Diolah Penulis tahun 2023

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa tarif Maxim Bike relatif lebih murah dibandingkan dengan Grab Bike dan Gojek Ride dimana untuk perjalanan dari Alfamidi Setia Luhur tujuan Plaza Medan Fair tarif ongkos Maxim berkisar Rp. 9.100 sedangkan Gojek Ride berkisar Rp.12.500 dan Grab Bike berkisar Rp. 14.000. Selain lebih unggul dari harga, Maxim harus mampu

memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen untuk membangun citra positif dimata konsumen.

Faktor kedua yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu melalui kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan merupakan tingkat layanan yang diberikan perusahaan kepada konsumen dengan ekspektasi konsumen untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan. Menurut Kotler dan Keller (2020), kualitas adalah totalitas fitur atau karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Kualitas dapat dinyatakan baik apabila produk atau jasa memenuhi atau melebihi ekspektasi konsumen. Kualitas pelayanan wajib diterapkan setiap perusahaan agar usahanya mampu menarik para konsumennya. Kualitas pelayanan itu sendiri dapat diartikan sebagai upaya memenuhi harapan dan kebutuhan konsumen.



Gambar 1.1 Review tentang layanan Maxim
Sumber: Playstore Pada Aplikasi Maxim, 2023

Dari gambar diatas dapat kita perhatikan bagaimana keluhan konsumen Maxim terhadap pelayanan yang kurang memuaskan sehingga mengecewakan konsumen. Oleh karena itu Maxim perlu melakukan evaluasi untuk layanan transportasi online agar konsumen tidak kecewa dan merasakan kepuasan. Gambar diatas merupakan salah satu contoh pelayanan yang buruk dimana salah satu konsumen mendapatkan harga yang tiba-tiba naik dari yang waktu dilakukan pemesanan, panduan arah yang kurang akurat dan lokasi yang kurang tepat menyebabkan banyak konsumen yang tidak puas atas pelayanan Maxim. Tidak hanya itu etika dalam kualitas pelayanan harus benar-benar dijalankan karena itu sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan dimana kita bisa merasakan hasil dengan ekspektasi diri kita sendiri. Kepuasan konsumen sangat tergantung pada persepsi dan harapan konsumen itu. Memuaskan setiap konsumen merupakan cita-cita setiap perusahaan. Kepuasan konsumen menurut Kotler dan Keller dalam (Priansa, 2018) menyatakan bahwa kepuasan konsumen atau konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang diperkirakan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Konsumen dan konsumen merupakan mitra utama bagi pemasar, seorang dapat dikatakan sebagai konsumen apabila orang tersebut mulai membiasakan diri untuk memakai atau menggunakan jasa dari perusahaan tersebut.

Aplikasi layanan Maxim tentu saja bukan hal yang tidak asing lagi bagi mahasiswa Universitas Sari Mutiara Indonesia. Hal tersebut dapat dibuktikan

peneliti melalui hasil prasurvei yang sudah dilakukan melalui 15 orang responden yang tentunya sudah pernah menggunakan layanan aplikasi Maxim. Aplikasi Maxim tentunya sangat membantu para mahasiswa untuk melaksanakan kegiatan perkuliahan atau kegiatan yang lain.

Untuk melihat bagaimana kepuasan mahasiswa Universitas Sari Mutiara menggunakan layanan jasa Maxim, hal ini dibuktikan melalui prasurvei dengan menyebarkan kuesioner. Berdasarkan dengan penyebaran kuesioner tersebut, dapat diperoleh hasil dengan tabel dibawah.

Tabel 1.2 Hasil Penelitian Pra-survei

No	Pernyataan	Jawaban		Jumlah Responden
		Setuju	Tidak Setuju	
1	Harga yang ditetapkan Maxim sangat terjangkau	6	9	15
2	Harga yang ditawarkan Maxim berlaku untuk semua kalangan	4	11	15
3	Pelayanan yang diberikan Maxim sangat ramah dan sopan terhadap konsumen	6	9	15
4	Driver sangat ahli dalam mengemudi	6	9	15
5	Driver memberi tanggapan yang baik terhadap keluhan dari konsumen	5	10	15
6	Saya selalu merekomendasikan Maxim kepada orang banyak karena puas dengan pelayanannya	6	9	15

Sumber: Data Diolah Penulis Tahun 2023

Berdasarkan tabel 1.2 diatas maka hasil pra survei yang dilakukan peneliti dengan metode membuat kuesioner dengan responden pengguna aplikasi Maxim. Dari data diatas, 15 responden yang saya bagikan kuesioner kepada mereka sudah

pernah menggunakan jasa dari Maxim. Berdasarkan penjelasan diatas harga yang ditetapkan Maxim sangat terjangkau dari 15 responden 6 responden setuju dan 9 responden tidak setuju, harga yang ditetapkan Maxim berlaku untuk semua kalangan dari 15 responden 4 responden setuju dan 11 responden tidak setuju, pelayanan yang diberikan Maxim sangat ramah dan sopan terhadap konsumen dari 15 responden 6 responden setuju dan 9 tidak setuju, driver sangat ahli dalam mengemudi dari 15 responden 6 responden setuju dan 9 tidak setuju, driver memberi tanggapan yang baik terhadap keluhan dari konsumen dari 15 responden 5 responden setuju dan 10 responden tidak setuju, saya selalu merekomendasikan Maxim kepada orang banyak karena puas dengan pelayanannya dari 15 responden 6 responden setuju dan 9 responden tidak setuju. Maka penulis mengambil judul **“Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Aplikasi Transportasi Online Maxim”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan identifikasi masalah yang telah diuraikan di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen aplikasi transportasi online Maxim pada Mahasiswa Universitas Sari Mutiara Indonesia?
2. Bagaiman pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen aplikasi transportasi online Maxim pada Mahasiswa Universitas Sari Mutiara Indonesia?

3. Bagaimana pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen transportasi online Maxim pada Mahasiswa Universitas Sari Mutiara Indonesia?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian rumusan masalah yang diatas maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana harga mempengaruhi kepuasan konsumen aplikasi transportasi online Maxim pada Mahasiswa Universitas Sari Mutiara Indonesia
2. Untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan konsumen dengan aplikasi transportasi online Maxim pada Mahasiswa Universitas Sari Mutiara Indonesia
3. Untuk mengetahui bagaimana harga dan kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan konsumen transportasi online Maxim pada Mahasiswa Universitas Sari Mutiara Indonesia.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan beberapa manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Semoga ini merupakan suatu kesempatan untuk mengaplikasikan teori-teori yang diperoleh selama kuliah dan untuk menambah wawasan dan pengetahuan dibidang manajemen pemasaran

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan informasi yang bermanfaat dalam upaya memberikan jaminan harga, pelayanan, dan kepuasan terhadap konsumen sehingga bisa menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen.

3. Bagi Konsumen

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan penilaian terhadap pilihan konsumen dalam memilih jasa transportasi online sehingga menimbulkan kepuasan bagi konsumen.

4. Bagi Peneliti Berikutnya

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberi manfaat sebagai bahan pengetahuan dan bahan informasi bagi peneliti selanjutnya yang mungkin sama masalahnya ataupun yang mempunyai hubungan serta kaitannya dengan itu.

