

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri transportasi *online* di Indonesia telah berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir. Tren ini didukung oleh pertumbuhan penggunaan smartphone dan konektivitas internet yang semakin meluas di seluruh negeri (Yulianto, 2020). Kemajuan teknologi di era modern semakin mempermudah aktifitas manusia. Selain itu, muncul beragam profesi yang dihantarkan melalui teknologi digital. Salah satu yang berkembang belakangan ini adalah layanan jasa berbasis aplikasi. Perkembangan zaman yang semakin hari semakin pesat, membuat manusia semakin kreatif dan inovatif menciptakan bisnis baru, terutama bisnis yang menyediakan layanan jasa melalui aplikasi mobile yang dapat digunakan dengan bantuan internet salah satunya yaitu ojek online.

Setiap pengguna transportasi kini dapat membuka aplikasi khusus pada handphone untuk dapat terhubung mengakses transportasi online. Transportasi online tersebut dirasa lebih efektif, karena pengguna tidak harus membuang waktu dan tenaga mencari kendaraan umum dan menunggu. Dengan adanya transportasi online ini membantu masyarakat menjadi lebih mudah dalam mencapai tempat yang mereka tuju (Maisaroh, 2018).

Saat ini sudah banyak penyedia aplikasi yang berbasis jasa ojek online yang kita kenal dengan nama seperti Maxim, Gojek, Uber, Grab, dan lain sebagainya. Semua itu memberikan pelayanan yang hampir sama dari mulai mengantarkan orang, barang, dan makanan. Dengan biaya yang berbeda-beda, namun dengan system pemesanan yang sama yaitu pemesanan melalui aplikasi online yang

berada di HP Android, atau iOS (Apple), dan bisa juga melalui Website. Berbagai macam aplikasi transportasi online membuat masyarakat dapat memilih aplikasi mana yang sesuai dengan kebutuhan dan kenyamanan mereka. Beberapa faktor yang menjadi pertimbangan konsumen dalam pemesanan, harga yang sesuai, serta kualitas pelayanan yang baik terhadap jasa transportasi online tersebut (Fathona, 2021).

Salah satu jasa transportasi online yang sudah ada di berbagai kota Besar di Indonesia yakni Maxim yang merupakan perusahaan Transportasi online asal rusia. Dalam website (<https://taxiMaxim.ru/id-id/about>) dikatakan bahwa Maxim dimulai dari layanan taxi dikota Chardinsk di Pegunungan Ural rusia. Maxim berdiri pada tahun 2003 dan di tahun 2014 telah memulai perluasan bisnis di luar Federasi Rusia dengan membuka cabang baru di Ukraina, Kazakhstan, Georgia, Bulgaria, Tajikistan, Belarusia, Azerbaijan hingga Italia dan Indonesia. pada tahun 2018 Maxim membuka cabang di Indonesia. Maxim sudah beroperasi di Jakarta, Jayapura, Surabaya, Bandar Lampung, BandaAceh, Bandung, Batam, Bengkulu, Palembang, Pekanbaru, Balikpapan, Banjarmasin, Medan, Manado, Jambi, Makasar, Denpasar, Padang dan yang terbaru membuka di Palembang, Depok, Tangerang dan Bekasi.

Sejak awal kemunculannya di tahun 2018, Maxim mengukuhkan diri sebagai perusahaan transportasi ride hailing dengan tarif yang ekonomis. Maxim menawarkan harga yang lebih terjangkau dibandingkan para pesaingnya. Misalnya, biaya perjalanan dengan sepeda motor dimulai dari Rp8.000, dengan mobil mulai dari Rp11.000. Biaya layanan bisa langsung diketahui setelah rute dicantumkan dan tidak tergantung pada kondisi lalu lintas, juga tidak berubah

padaakhir perjalanan. Berkat hal inilah, para penumpang bisa dengan mudah merencanakan biaya pengeluaran mereka. Pelanggan dapat membuat beberapa order langsung sekaligus untuk bepergian dalam kelompok besar, menciptakan rute rumit yang terdiri atas beberapaalamat, memanggil kendaraan, baik saat ini maupun lebih awal. Masih ada satu lagi fungsi peluang untuk berbagi jalur perjalanan. Pengguna dapat mengirimkan tautan perjalanan berdasarkan rute yang ada jika mereka ingin memberi tahu lokasi keberadaan mereka saat itu kepada orang lain. Di bagian preferensi terdapat peluang untuk memberi tahu pengemudi mengenai jumlah uang yang nantinya mungkin memerlukan kembalian.

Maxim mulai populer dan mampu bersaing dengan kompetitornyaadalah dari jumlah unduhannya, meskipun masih tertinggal dari Gojek dan Grab namun Aplikasi Maxim dalam kurun waktu 2 tahun saja jumlah unduhannya mengalami kenaikan yang sangat pesat dan saat ini sudah diunduh oleh sepuluh juta lebih pelanggan, hal tersebut menunjukkan Maxim saat ini sedang digemari dan populer di Indonesia

Jumlah pengguna transportasi online berbasis motor di Indonesia selama periode tahun 2017 hingga prediksi di tahun 2022 meningkat setiap tahunnya. Prediksi data tersebut tidak menutup kemungkinan bahwa Go-Jek, Grab dan Maxim memiliki potensi perkembangan yang lebih baik di bidang transportasi online karena banyaknya masyarakat yang menggunakan transportasi online. Pada saat ini di Indonesia terutama di kota besar, masyarakat mulai menjadikan layanan ride-sharing sebagai modaalternatif selain kendaraan pribadinya. Hampir di setiap smartphone yang dimiliki masyarakat di Indonesia yang tinggal di kota besar dipastikan memiliki aplikasi transportasi online, seperti Go-Jek, Grab dan Maxim.

Hal ini dapat dilihat dari semakin meningkatnya pengguna layanan ride-sharing.

Tabel 1.1. Perbandingan Harga Tarif Minimum Transportasi Online

Perbedaan	Grab	Gojek	Maxim
Jumlah unduhan aplikasi di Indonesia	100jt	100jt	10jt
Cakupan Mitra	10 juta	2 juta	1 juta
Mitra Driver	178 kota di empat Negara	370 kota di Indonesia	65 Kota di Indonesia
Cakupan Operasi	336 kota di empat Negara	204 kota di empat Negara	201 kota di empat Negara
Tarif minimum	Rp. 9000,-	Rp. 10.000,-	Rp. 8000,-

Sumber: data sekunder, <https://www.law-justice.co2019> dan www.infojek.com

2022

Dari tabel di atas, kompetitor terbesar Maxim di Indonesia saat ini adalah Grab dan Gojek. Meskipun Maxim merupakan aplikasi transportasi online terbaru tetapi dari segi harga jauh lebih murah dibandingkan kompetitornya. Maxim juga memiliki varian pelayanan yang hampir sama diantaranya adalah 7 layanan yaitu: 1) Maxim Bike 2) Maxim Car 3) Maxim Car L 4) Maxim Delivery 5) Maxim Food & Shop 6) Maxim Life (yang berisi Cleaning, Massage/spa, dan Laundry) 7) Maxim Cargo. Gojek maupun Grab hampir memiliki nominal tarif yang sama dan lebih tinggi dari Maxim, sedangkan Maxim mematok tarif yang lebih terjangkau. Gojek mematok tarif sebesar Rp10.000 untuk 4 kilometer pertama, Grab mematok tariff sebesar Rp9.000 untuk 4 kilometer pertama sedangkan, Maxim hanya mematok tariff Rp8.000 untuk 4 kilometer pertama.

Perbandingan tarif antara Gojek, Grab dan Maxim menunjukkan bahwa harga faktor penting yang harus di perhatikan. Harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan atas jasa atau jumlah nilai yang konsumen tukar dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa. Selain harga perusahaan harus juga memperhatikan dari segi kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan. Dengan kualitas layanan yang baik maka akan membuat konsumen merasa nyaman dan puas. Menurut Tjiptono (2019), definisi kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk memenuhi harapan pelanggan. Dengan demikian, semakin baik kualitas pelayanannya maka akan menimbulkan kepuasan bagi pelanggan atau konsumennya.

Tabel 1.2 Hasil data pra survey terhadap pengguna Transportasi Online Maxim

Pertanyaan	Ya	Tidak	Total	Persentase Ya
Penggunaan Maxim	30	0	30	100
Masalah Harga	20	10	30	66.67
Harga Murah	10	20	30	33.33
Pelayanan	24	6	30	80
Kepuasan	20	10	30	66.67

Penggunaan Layanan: Semua responden (100%) menggunakan layanan Maxim. Ini menunjukkan bahwa Maxim adalah pilihan utama di kalangan mahasiswa Universitas Bina Darma Palembang. Masalah Harga: Sebagian besar responden (66.67%) merasa bahwa harga layanan yang ditawarkan oleh Maxim menimbulkan masalah. Ini menunjukkan bahwa harga mungkin menjadi faktor yang perlu diperhatikan oleh Maxim. Persepsi Harga Murah: Hanya 33.33% dari

responden yang menganggap harga layanan Maxim murah. Ini bertentangan dengan temuan masalah harga dan menunjukkan bahwa ada persepsi bahwa layanan tidak murah di kalangan mayoritas pengguna. Kualitas Pelayanan:

Sebagian besar responden (80%) merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Maxim. Ini menunjukkan bahwa layanan yang diberikan oleh Maxim umumnya memenuhi harapan pengguna. Kepuasan Pengguna: Tingkat kepuasan pengguna secara keseluruhan adalah 66.67%, yang menunjukkan bahwa meskipun ada masalah terkait harga, sebagian besar pengguna tetap merasa puas dengan layanan Maxim secara keseluruhan.

Mahasiswa merupakan kaum intelektual yang juga tidak terlepas dari teknologi internet dalam kegiatannya baik dalam perkuliahan ataupun hal-hal lainnya yang menunjang segala kegiatannya. Dengan adanya internet segala urusan akan lebih mudah dan cepat terselesaikan. Maka dari itu mahasiswa pun dituntut menguasai pengetahuan di bidang internet. Disamping itu, kehidupan mahasiswa yang ingin segala sesuatu yang cepat dan praktis juga didukung oleh kondisi keuangan yang tidak stabil. Maka mahasiswa cenderung mencari segala sesuatu yang bisa memenuhi kebutuhannya tanpa mengeluarkan biaya yang berlebihan.

Dalam hal ini juga, mahasiswa sangat membutuhkan transportasi untuk berangkat ke kampus terutama mahasiswa yang letak tempat tinggalnya lumayan jauh dari kampus. Sehingga mahasiswa akan mencari angkutan/transportasi yang sesuai dengan kondisi keuangannya.

Maka dari itu penulis menjadikan mahasiswa Universitas Bina Darma sebagai objek penelitian karena mahasiswa sangatlah kritis dalam mengambil

sebuah keputusan sehingga menurut penulis mahasiswa baik dijadikan sebagai objek dalam penelitian ini. Oleh karena itu penulis tertarik melakukan penelitian tentang : —Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Memilih Maxim Sebagai Jasa Transportasi Onlinel.

1.2 Perumusan masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimanakah pengaruh harga terhadap keputusan penggunaan jasa transportasi online Maxim?
2. Bagaimanakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan penggunaan jasa transportasi online Maxim?
3. Bagaimanakah pengaruh harga dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap keputusan penggunaan jasa transportasi online Maxim?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang sudah di tetapkan maka dari tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan konsumen dalam memilih Maxim sebagai jasa transportasi online.
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan konsumen dalam memilih Maxim sebagai jasa transportasi online.

3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh harga dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap keputusan konsumen dalam memilih Maxim sebagai jasa transportasi online.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan konsumen dalam memilih Maxim sebagai jasa transportasi online. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, yaitu:

1. Bagi Peneliti:
 - a. Meningkatkan wawasan dan pengetahuan tentang pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan konsumen dalam memilih jasa transportasi online, khususnya Maxim.
 - b. Memberikan kontribusi pada literatur penelitian tentang perilaku konsumen dan pengambilan keputusan dalam konteks ekonomi digital.
2. Bagi Maxim:
 - a. Memberikan informasi tentang faktor-faktor yang memengaruhi keputusan konsumen dalam memilih Maxim sebagai jasa transportasi online.
 - b. Membantu Maxim dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan strategi penetapan harga untuk meningkatkan daya saing dan kepuasan konsumen.
3. Bagi Universitas:
 - a. Meningkatkan kualitas penelitian dan publikasi ilmiah di bidang ilmu ekonomi dan bisnis.

- b. Mendukung pengembangan program studi dan kurikulum yang relevan dengan kebutuhan industri transportasi online.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kota Palembang, khususnya menargetkan mahasiswa dan mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bina Darma Palembang sebagai subjek penelitian. Pemilihan lokasi dan subjek ini didasarkan pada tingginya tingkat penggunaan layanan transportasi online Maxim di kalangan mahasiswa, sehingga dapat memberikan wawasan yang relevan tentang pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan konsumen. Data dikumpulkan melalui kuesioner terstruktur selama periode Januari hingga Maret 2024, dan dianalisis menggunakan metode statistik deskriptif dan inferensial untuk memahami bagaimana harga dan kualitas pelayanan mempengaruhi pilihan konsumen terhadap layanan Maxim.

Variabel penelitian utama adalah harga, kualitas pelayanan, dan keputusan konsumen. Harga mencakup persepsi konsumen tentang biaya layanan Maxim dibandingkan dengan pesaing, sementara kualitas pelayanan mencakup aspek seperti ketepatan waktu, kenyamanan, dan sikap pengemudi. Keputusan konsumen meliputi frekuensi penggunaan dan loyalitas terhadap layanan Maxim. Fokus geografis terbatas pada Kota Palembang, dan batasan demografis hanya pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bina Darma, untuk menjaga relevansi dan keterfokusan penelitian dalam konteks lokal yang spesifik

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan dasar-dasar dan tujuan penelitian dengan mencakup beberapa elemen penting:

1. **Latar Belakang:** Penjelasan mengenai konteks dan alasan pentingnya penelitian ini dilakukan. Termasuk di dalamnya adalah gambaran umum mengenai permasalahan yang ada di lapangan terkait dengan pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan konsumen dalam memilih Maxim sebagai jasa transportasi online.
2. **Rumusan Masalah:** Penjabaran dari pertanyaan-pertanyaan yang ingin dijawab melalui penelitian ini.
3. **Batasan Masalah:** Penjelasan mengenai ruang lingkup penelitian dan batasan-batasan yang diterapkan untuk fokus pada masalah yang diteliti.
4. **Tujuan Penelitian:** Pernyataan mengenai apa yang ingin dicapai melalui penelitian ini.
5. **Manfaat Penelitian:** Penjelasan mengenai manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini, baik dari sisi teoritis maupun praktis.
6. **Sistematika Penulisan Skripsi:** Gambaran singkat mengenai struktur dan pembagian bab dalam skripsi ini.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas teori-teori dan penelitian terdahulu yang relevan dengan topik penelitian:

1. **Landasan Teori:** Penjelasan tentang konsep dan teori-teori dasar yang mendukung penelitian ini, termasuk definisi harga, kualitas pelayanan, dan keputusan konsumen.
2. **Telaah Penelitian Terdahulu:** Pembahasan mengenai hasil-hasil penelitian sebelumnya yang relevan dengan penelitian ini, bagaimana penelitian tersebut mendukung atau berbeda dari penelitian ini.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan metode yang digunakan dalam penelitian untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan:

1. **Desain Penelitian:** Penjelasan tentang jenis dan pendekatan penelitian yang digunakan (misalnya kuantitatif, kualitatif, atau campuran).
2. **Populasi dan Sampel:** Deskripsi tentang populasi yang menjadi objek penelitian dan teknik pengambilan sampel.
3. **Teknik Pengumpulan Data:** Uraian mengenai metode yang digunakan untuk mengumpulkan data, seperti kuesioner atau wawancara.
4. **Uji Validitas dan Reliabilitas:** Penjelasan mengenai bagaimana validitas dan reliabilitas instrumen penelitian diuji.
5. **Teknik Analisis Data:** Penjelasan mengenai metode yang digunakan untuk menganalisis data yang diperoleh.

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini mempresentasikan hasil dari penelitian dan membahas implikasi dari temuan tersebut:

1. **Gambaran Hasil Penelitian:** Deskripsi mengenai hasil yang diperoleh dari data yang dikumpulkan, baik secara deskriptif maupun melalui

analisis statistik.

2. **Analisis Data:** Pembahasan tentang hasil analisis yang telah dilakukan terhadap data yang dikumpulkan, meliputi analisis kuantitatif, kualitatif, dan statistik.
3. **Pembahasan:** Interpretasi dari hasil penelitian dan bagaimana temuan tersebut berkontribusi pada pemahaman yang lebih luas tentang topik yang diteliti. Diskusi ini mencakup perbandingan dengan teori dan penelitian sebelumnya.

BAB V: PENUTUP

Bab ini menyimpulkan keseluruhan penelitian dan memberikan rekomendasi:

1. **Kesimpulan:** Ringkasan dari temuan utama penelitian yang menjawab rumusan masalah dan mencapai tujuan penelitian. Kesimpulan ini didasarkan pada hasil analisis yang telah dibahas.
2. **Saran:** Rekomendasi berdasarkan temuan penelitian, baik untuk penerapan praktis maupun untuk penelitian lebih lanjut. Saran ini ditujukan untuk mengatasi masalah yang ada dan memperbaiki kelemahan yang ditemukan selama penelitian.