

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan globalisasi dan teknologi dicerminkan oleh terus meningkatnya aktivitas dan mobilitas masyarakat yang juga beriringan dengan semakin bertambahnya pilihan sarana transportasi yang tersedia. Pilihan yang semakin beragam tersebut dapat digunakan sesuai dengan jenis kebutuhan masyarakat. Perusahaan di Indonesia tidak hanya di isi dengan usaha di bidang barang, tetapi juga di bidang jasa.

Jasa transportasi merupakan sarana pendukung di kalangan masyarakat sebagai faktor penunjang dalam kegiatan sehari-hari. Dengan adanya 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 perekonomian yang baik.

Layanan transportasi tersebut ditunjang dengan memberikan pelayanan yang baik terhadap masyarakat pengguna. Namun masih sering ditemukan berbagai fasilitas dan layanan yang masih kurang efektif dan efisien, sehingga sering kali muncul keluhan masyarakat. Mengingat begitu pentingnya peranan dan fungsi transportasi tersebut, maka pihak-pihak pemberi layanan jasa transportasi perlu meningkatkan kinerja mereka.

Kinerja dapat ditingkatkan dari sector fasilitas, pelayanan dan lain sebagainya agar dapat menjadi transportasi yang efektif dan efisien. Fasilitas dan

pelayanan yang menciptakan rasa aman dan terpercaya sehingga akan berdampak pada kepuasan yang masyarakat rasakan. Di abad 21 ini kecanggihan teknologi tidak cuma pada sektor komunikasi, akan tetapi di manfaatkan juga pada bidang transportasi.

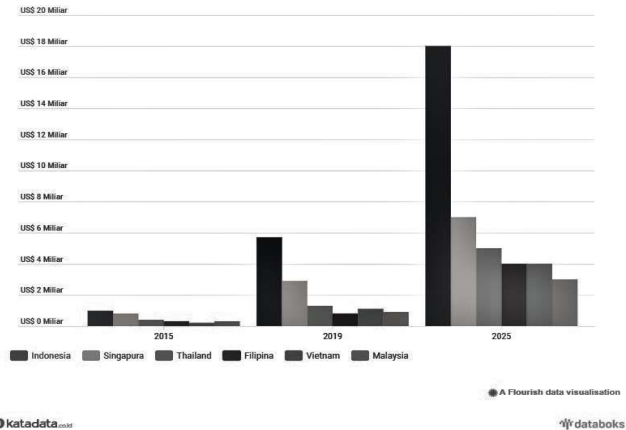
Pesatnya perkembangan teknologi terus memacu kreatif dan inovatif masyarakat sebagai penyedia jasa transportasi. Transportasi yang dibutuhkan masyarakat pada era teknologi ini yaitu jenis transportasi yang mempunyai keunggulan seperti: cepat, nyaman, aman, dan mudah ditemukan dan digunakan disaat membutuhkan.

Banyaknya ketersediaan transportasi umum ternyata belum mampu membuat masyarakat merasa puas karena sering mendapatkan pelayanan yang tidak menyenangkan. Hal tersebut menjadi pemicu bagi pelaku usaha untuk meningkatkan pelayanan. Peran teknologi sangat dibutuhkan sebagai akses penghubung antara pelanggan dengan produsen. Akses tersebut adalah memanfaatkan *smartphone* yang dimiliki hampir oleh setiap masyarakat.

Transportasi yang dipesan dengan melakukan pemesanan terlebih dahulu pada aplikasi yang telah tersedia, yang disebut dengan transportasi *online*. Transportasi berbasis *online* adalah sebuah alternatif yang di ciptakan oleh para pengusaha dari sektor jasa transportasi yang di harapkan mampu memenuhi keinginan masyarakat selaku pelanggan pengguna jasa layanan transportasi, dan pada saat sekarang ini telah banyak tersedia transportasi berbasis *online*, diantaranya adalah Gojek, Maxim, Grab, Uber, Wajojek, dan lain-lain.

### Pangsa Pasar Jasa Layanan Transportasi Online Kawasan Asia Tenggara (2015-2025)

Sumber : Google, Temasek, Bain & Company, Okt 2019



**Gambar 1. 1** Pangsa Pasar Jasa Transportasi Online Di Asia Tenggara

Sumber : Katadata.co.id

Berdasarkan gambar 1.1 dari tahun 2015 sampai dengan 2019 Indonesia mengalami kenaikan jasa layanan transportasi online yaitu hampir \$6 Miliar, dan di perkirakan pada tahun 2025 nanti akan mencapai kenaikan yang pesat yaitu \$18 miliar. Dengan banyaknya jenis layanan transportasi *online* yang tersedia, menjadi pemicu pada meningkatnya persaingan. Kepuasan pelanggan dapat diwujudkan dengan memberikan layanan yang memuaskan melebihi layanan yang diberikan oleh perusahaan pesaing lainnya, dan perusahaan yang mampu memasuki pasar persaingan cuma perusahaan yang mempunyai kualitas dan jiwa saing dalam menguasai pasar.

Kebutuhan pelanggan yang terus beragam menjadi pemicu bagi perusahaan-perusahaan penyedia jasa agar selalu berkreasi dan berinovasi dalam menawarkan jasa yang berkualitas sehingga akan menimbulkan kepuasan dan

kenyamanan yang dirasakan oleh para pelanggan pengguna jasa. Kepuasan pelanggan juga akan terpenuhi apabila para pelaku jasa menyediakan armada-armada yang dapat menunjang kelancaran pengoperasian jasa tersebut. Selain itu, untuk menarik minat pelanggan di perlukan adanya fasilitas yang dapat melayani berbagai jenis kebutuhan pelanggan. Kepuasan di artikan sebagai sudut pandang atas segala hal yang pernah dirasakan oleh pelanggan dalam rangka penggunaan produk baik barang ataupun jasa.

Maka kepuasan pelanggan menjadi hasil persepsi suatu penilaian pelanggan bahwasanya pelayanan yang diberikan telah memberikan tingkat kenikmatan yang mana hal tersebut sebagai hal yang memang diharapkan pelanggan (M & Hutabarat, 2016: 54). Mengingat begitu pentingnya peran transportasi *online* pada saat sekarang, maka pihak penyedia jasa transportasi *online* perlu meningkatkan kepuasan pelanggan dengan memberikan kepercayaan.

Maxim merupakan perusahaan teknologi asal Rusia. Maxim pertama kali beroperasi di Indonesia pada tahun 2018. Sebelum masuk ke Indonesia maxim sudah beroperasi di 455 kota di 13 negara sejak tahun 2014. Dan aplikasi ini menyediakan moda dalam penawaran pelayanan transportasi berupa angkutan umum berupa kendaraan roda empat ataupun roda dua. Perusahaan ini didirikan oleh insinyur dari kota Kurgan yang ahli dibidang teknologi pembuatan dan proses produksi komputer.

Pada prinsipnya, Maxim akan terus tumbuh beriringan dengan para mitra pengemudi. Maxim tersedia untuk sistem operasi Android, iOS, dan BlackBerry.

Maxim terus melakukan inovasi dalam meningkatkan layanan dengan terus menambah produk mereka dengan meluncurkan produk-produk berupa:

**Tabel 1. 1** Jenis produk Maxim

| No | Nama Produk     | Fungsi  |
|----|-----------------|---|
| 1  | Maxim Taxi      | Sebuah jasa Layanan taksi premium yang mudah diakses.   |
| 2  | Maxim Car       | Moda layanan transportasi teruntuk mereka yang memilih kenyamanan berkendara semacam memakai mobil pribadi.                   |
| 3  | Maxim Bike      | Alternatif layanan transportasi roda dua teruntuk yang mau mencapai tujuan lebih cepat serta lebih nyaman.                    |
| 5  | Maxim Food&Shop | Melayani pelanggan untuk memesan makanan atau pembelian produk serta barang-barang lainnya di toko.                           |
| 6  | Maxim Delivery  | Melayani pengiriman barang dengan baik.   |
| 7  | Maxim life      | Sebuah layanan jasa pembersih ruangan, rumah dan kantor. Serta jasa Massage&SPA dan juga jasa Laundry.                        |
| 8  | Maxim Cargo     | Melayani jasa pengangkutan muatan baik di dalam kota maupun antarkota.  |
| 9  | Maxim Layanan   | Melayani jasa penderekan dan menghidupkan mesin bagi mobil yang mengalami mogok dengan teknik jumper atau dengan derek tarik. |

Sumber : id.taximaxim.com.

Dari table 1.1 seperti yang telah dijabarkan di atas bisa kita ambil informasi bahwa Maxim dapat mengembangkan layanan nya, mulai dari maxim taxi dan maxim car bagi para pengguna yang ingin berpergian dengan nyaman tanpa harus memikirkan sinar matahari , hujan dan lainna. Maxim bike bagi pengguna yang tidak memiliki waktu yang cukup atau ingin cepat sampai tujuan. Maxim food&shop dan juga maxim delivery untuk pelanggan yang mempunyai kesibukan tersendiri sehingga tidak dapat keluar untuk membeli makanan atau berbelanja. Serta maxim cargo dan maxim layanan disediakan bagi mereka yang

mengalami kesulitan dalam pengangkutan barang serta kendala saat mengalami kemogokan kendaraannya. Maxim menawarkan layanan jasa yang cukup bervariasi sesuai dengan kebutuhan konsumennya.

Produk yang sudah di keluarkan Maxim tidak lepas dari ketatnya persaingan dengan adanya perusahaan layanan jasa pesaing lainnya. Tingginya tingkat peminatan pelanggan akan layanan transportasi *online* atau Maxim dapat dilihat dari terus meningkatnya tingkat peminatan pelanggan pengguna layanan Maxim bertambah naik hingga 31 kali pengguna.



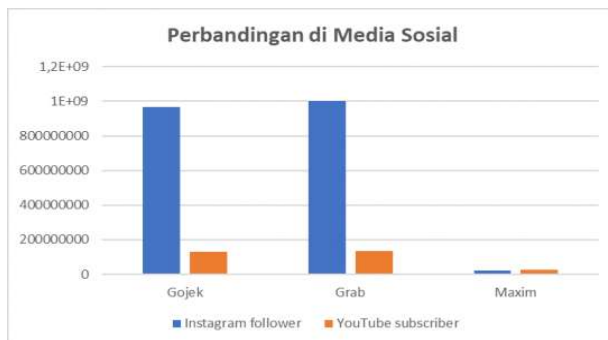
**Gambar 1. 2** Peningkatan Pengguna Maxim

Sumber : [id.taximaxim.com](http://id.taximaxim.com).

Berdasarkan gambar 1.2 popularitas Maxim naik hingga 600.000 pengguna dari Januari 2019 hingga Januari 2020. Yang menjadi keunggulan dari Maxim ini adalah para pengguna bias reservasi jadi para pengguna dapat memesan dari jauh-jauh hari. Hal ini lah yang menjadi pertimbangan bagi para pelanggan dalam menentukan pilihannya. Para pelanggan akan memilih dari beragam alternative yang tersedia. Factor tersebut yang menjadi pemicu dalam menarik perhatian para

pelanggan. Karena fasilitas menjadi pertimbangan faktor yang dilihat oleh calon pelanggan saat hendak menggunakan jasa transportasi online tersebut.

Fasilitas merupakan segala sesuatu yang disediakan maupun diberikan baik berupa barang atau jasa yang menyertai pelayan yang diberikan oleh perusahaan baik perusahaan jasa maupun industri kepada konsumen (Sulistiyana, 2015). Fasilitas yang disediakan oleh pihak maxim masih dinilai kurang bagus oleh pengguna, hal tersebut dapat dilihat dari masih kurangnya peta atau *map* yang ditampilkan sehingga para pengguna masih kewalahan dalam menentukan lokasi jemputan atau tujuan. Fasilitas seperti helm yang diberikan oleh pengendara maxim juga terkadang di pandang tidak layak, dan tidak tersediannya jas hujan saat musim hujan tiba dan masker disaat musim pandemik. Kemudian di era Pandemi sekarang ini Maxim juga tidak memberikan kejelasan mengenai Prtokol kesehatan *driver* nya tentunya hal ini tentunya melanggar keselamatan konsumennya. Hal ini dapat kita lihat melalui analisis data yang dilakukan yonulis .com



**Gambar 1. 3** Perbandingan Pengguna Maxim

Sumber : yonulis.com

Berdasarkan Gambar 1.3 dapat kita lihat bahwa ada penurunan penggunaan jasa maxim dari perbandingan di media sosial. Karena harapan pelanggan tentunya berawal dari kualitas pelayanan yang baik, yang di berikan secara konsisten. Pelayanan yang memuaskan dapat tercermin dari etika dalam bersikap sopan dan ramah, tepat waktu, dan menjaga kecepatan. Kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan secara tidak langsung akan menjadi pendorong terjadinya rekomendasi dari pelanggan kepada masyarakat lainnya melalui mulut ke mulut, sehingga dapat menarik minat masyarakat lainnya. Untuk itu, perusahaan Maxim harus dapat menjadikan kualitas pelayanan sebagai poin penting yang harus diterapkan untuk mendapatkan kepuasan pelanggan. Meskipun maxim merupakan aplikasi layanan transportasi *online*, tetapi masih ada beberapa hal yang menjadi permasalahan dalam layanan. Layanan aplikasi berbasis *online* ini hanya dapat diakses hanya dengan menggunakan *smartphone* android, sehingga menimbulkan terjadinya keterbatasan bagi masyarakat yang tidak menggunakan *smartphone* android. Kesulitan pelanggan ketika melakukan pengorderan pada saat-saat tertentu juga sering terjadi seperti disaat kondisi sedang hujan, kondisi tengah malam dan alamat tujuan yang jaraknya cukup jauh.

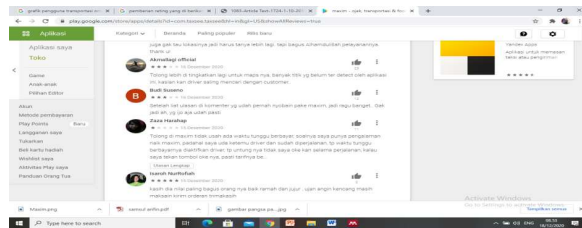
Faktor lain menjadi penentu tercapainya kepuasan pelanggan adalah kepercayaan. Kepercayaan dapat diperoleh pelanggan melalui berita ataupun media sosial tentang instansi tersebut. Karena Maxim merupakan sebuah instansi yang didirikan oleh sebuah perusahaan dengan segala macam legalitas dan perijinan resmi. Perijinan tersebut akan berdampak pada penyelesaian anggota



yang akan menjadi *driver* nya. Namun Sering kali terjadi perbedaan harga yang tercantum pada aplikasi dengan harga yang di tagih oleh *driver* Maxim tersebut. dan juga perbedaan antara data pengendara maxim pada aplikasi pada saat diorder dengan pengendara yang datang menjemput, terkadang perbedaan juga terjadi pada kendaraan yang tidak sesuai dengan kendaraan yang ada pada aplikasi. Padahal ojek *On-line* sudah dilengkapi sistem data di mana para *driver* dapat dilacak disaat melakukan pelanggaran. Apalagi pelanggan dapat memberikan nilai secara langsung terhadap layanan yang diberikan pengendara Maxim.

Penilaian ialah suatu proses pengumpulan informasi, dengan menggunakan alat dan teknik yang sesuai dan layak (Hargrove, 1984). Penilaian/Rating yang buruk akan dapat membuat pengendara maxim dikenai sanksi, sanksi tersebut berupa dikurangi orderan yang masuk dan bonus yang diberikan akan berkurang (Melex.id).





**Gambar 1. 4** Pemberian reting kepada aplikasi Maxim

Sumber : aplikasi maxim

Berdasarkan gambar 1.4 pemberian rating, komentar yang buruk serta kekecewaan pelanggan juga akan berdampak pada pengendara sehingga dapat juga berujung pada pemutusan mitra atau pemecatan. Beberapa pelanggan akan melakukan pengkajian ulang tentang fasilitas, kualitas layanan dan kepercayaan yang didapatkan dari hasil kinerja pengendara Maxim sebagai pengambilan keputusan untuk menggunakan jasa Maxim kembali. Karna masih banyaknya konsumen yang mengeluh mengenai fasilitas yang di berikan oleh driver Maxim. Dan masih adanya driver yang menagih ongkos yang tidak sesuai dengan aplikasi. Sehingga konsumen tidak merasa puas menggunakan jasa layanan Maxim tersebut.

Sementara itu pada saat-saat tertentu pasti mereka juga menggunakan layanan ojek *Online* sejenis lainnya, yang nantinya akan menjadi faktor pembanding bagi pelanggan dalam menggunakan jasa berikutnya. Kepuasan yang dirasakan pelanggan akan menjadi penentu pilihan selanjutnya. Berdasarkan penjabaran di atas penulis dapat mengambil sebuah topik riset mengenai **“Pengaruh Fasilitas, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Maxim Di Kota Batam “.**

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasar penjabaran yang telah dipaparkan, pada riset ini penulis mengidentifikasi permasalahan-permasalahannya sebagai berikut:

1. Banyaknya berbagai jenis transportasi *online* yang sangat berpengaruh pada tingkat persaingan.
2. Susahnya pengorderan Maxim pada saat tengah malam dan tidak tersedianya fasilitas yang lengkap oleh pihak Maxim untuk para pelanggan seperti mantel, masker dan helm yang standar.
3. Beberapa persepsi pelanggan tentang pelayanan pengemudi Maxim yang kurang baik ketika berada pada kondisi jalan yang tidak bagus dan juga hujan, dan ketika mendapat titik penjemputan penumpang yang jauh. hingga minta pelanggan membatalkan orderan.
4. Pengemudi yang melakukan pengalihan ongkos yang tidak sesuai dengan yang tertera di aplikasi dan pengemudi yang tidak sesuai dengan pengemudi yang terdaftar pada aplikasi (orang yang berbeda) dan kendaraan yang digunakan di saat mengambil orderan tidak sesuai dengan kendaraan yang terdaftar pada aplikasi.

## 1.3 Batasan Masalah

1. Objek yang akan diteliti dalam riset ini ialah jasa transportasi online Maxim.
2. Responden yang dipergunakan dalam riset ini ialah masyarakat Kota Batam yang menggunakan jasa transportasi online Maxim.

#### **1.4 Rumusan Masalah**

Sehubungan dengan penjabaran permasalahan yang terpaparkan dalam latar belakang tersebut, sehingga dibuat suatu rumusan masalah yakni :

1. Apakah fasilitas mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa Maxim di kota Batam?
2. Apakah kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa Maxim di kota Batam?
3. Apakah kepercayaan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa Maxim di kota Batam?
4. Apakah fasilitas, kualitas pelayanan dan kepercayaan secara bersamaan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa Maxim di kota Batam?

#### **1.5 Tujuan Penelitian**

Dari rumusan permasalahan yang telah dijabarkan sebelumnya, tujuan pada riset ini yaitu :

1. Mengetahui apakah fasilitas mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa Maxim di kota Batam.
2. Mengetahui apakah kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa Maxim di kota Batam.
3. Mengetahui apakah kepercayaan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa Maxim di kota Batam.

4. Mengetahui apakah fasilitas, kualitas pelayanan dan kepercayaan secara bersamaan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa Maxim di kota Batam.

## **1.6 Manfaat Penelitian**

### **1.6.1 Manfaat Teoritis**

Harapan penulis supaya riset ini bisa memberikan suatu manfaat khususnya berupa wawasan ilmu pengetahuan. Menjadi acuan referensi bagi peneliti selanjutnya di bidang sektor jasa. Serta penelitian ini dapat memberikan masukan disetiap perusahaan yang operasionalnya bergerak pada bidang jasa.

### **1.6.2 Manfaat Praktis**

1. Bagi perusahaan

Supaya bisa memberikan deskripsi, resolusi serta sebagai bahan pertimbangan buat perusahaan di saat akan dilakukan pengambilan keputusan dalam hal peningkatan kepuasan pelanggan.

2. Bagi pihak lain

Riset ini harapannya bisa bermandat serta menambah referensi lainnya teruntuk Universitas Putera Batam supaya dapat digunakan oleh mahasiswa yang sedang melakukan penelitian. Serta bisa memperluas variabel yang sudah ada sebagai penambah ilmu pengetahuan yang lebih luas lagi untuk pembaca lainya termasuk juga sebagai bahan pembelajaran bagi peneliti.