

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi yang sangat pesat pada zaman ini mengakibatkan munculnya berbagai jenis bisnis dalam setiap bidang, salah satunya adalah usaha pada bidang jasa. Perkembangan ini juga mengakibatkan perubahan pada gaya hidup serta kebiasaan masyarakat. Dengan adanya persaingan bisnis yang semakin ketat perusahaan harus mampu menjaga dan memprioritaskan loyalitas pelanggan, serta memiliki strategi untuk mempertahankan loyalitas pelanggan tersebut sehingga perusahaan akan mampu bersaing dan mempertahankan bisnis dalam tingginya tingkat persaingan dalam pasar.

Di era modern saat ini, transportasi umum dan transportasi berbasis aplikasi sudah menjadi hal yang familiar bagi banyak orang. Transportasi memegang peran penting dalam menjaga kelancaran aktivitas ekonomi masyarakat karena transportasi memfasilitasi pergerakan individu dan barang ke tempat-tempat yang berbeda (Fauz Rafid Syafiq, 2023). Transportasi berbasis aplikasi dengan menggunakan media internet yang menawarkan berbagai hal baru yang berbeda dengan jasa transportasi pada umumnya, merupakan salah satu perkembangan teknologi yang memang dibuat untuk memberikan kemudahan kepada masyarakat dalam melakukan perjalanan. Keunggulan utama adalah kemudahan pemesanan, efektivitas, dan efisiensi waktu yang baik, membuat proses lebih cepat dan mudah.

Maxim merupakan perusahaan asal Rusia yang didirikan tahun 2003 berkembang ke berbagai negara dengan fokus pada layanan transportasi *online* sebagai inti bisnisnya. Maxim hadir di Indonesia sejak tahun 2018 berada dalam naungan PT. Teknologi Perdana Indonesia. Dari awal berdirinya, Maxim telah menciptakan perkembangan baru dalam bidang transportasi dengan menyediakan cara yang mudah bagi pengguna untuk mengakses layanannya melalui *platform* digital. Kehadiran Maxim di Indonesia tidak hanya menawarkan pilihan transportasi baru bagi masyarakat, tetapi juga menciptakan peluang ekonomi baru dengan memberikan kesempatan kepada mitra pengemudi.

Penggunaan aplikasi Maxim awalnya hanya sebagai jasa pelayanan ojek *online*. Tetapi kini telah menyediakan layanan tambahan termasuk pengiriman makanan dan barang (Melsi Diana Putri Lubis, 2023). Maxim juga menyediakan pilihan pembayaran yang lebih beragam, sistem pelacakan real time dan fitur keamanan tambahan.

Maxim memasuki pasar Indonesia awalnya dengan layanan transportasi kendaraan sepeda motor melalui aplikasi mobile *Taxsee Driver* dan situs web id.taximaxim.com (Setiawan Fau, 2023). Namun saat ini kehadiran Maxim menciptakan peluang kerja dan meningkatkan kesejahteraan mitra pengemudi di Indonesia. Berikut jenis-jenis layanan yang disediakan aplikasi Maxim guna untuk meningkatkan kualitas layanan.

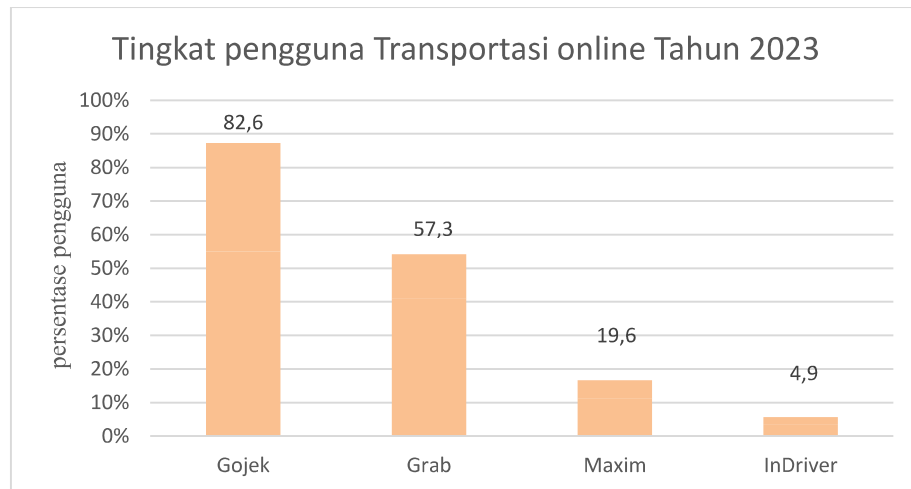
Tabel 1. 1 Jenis Jasa Yang Ditawarkan Maxim

No	Nama	Jenis
1	Transportasi	1. Sepeda motor 2. Mobil 3. Rental mobil
2	Pengiriman	1. Pengiriman dengan mobil 2. Pengiriman dengan motor 3. Cargo
3	Pesan antar	1. Makanan 2. barang
4	<i>Life</i>	1. Pijat & <i>Spa</i> 2. Layanan kebersihan

Sumber : <https://id.taximaxim.com>

Berdasarkan data yang diperoleh dari layanan pers Maxim, bahwa pasar semakin tertarik dengan ekstensi Maxim, hal ini ditunjukkan dengan mulai banyaknya pengguna layanan Maxim. Pengguna layanan Maxim terus meningkat periode tahun 2018 dengan jumlah yang *download* aplikasi Maxim berkisar 10.000 pengguna kemudian semakin mengalami peningkatana pada tahun 2019 yaitu penguna mencapai 500.000 orang (Sri Wiwin A. Mohaa, 2023). Meskipun tidak dikenal secara luas seperti aplikasi Gojek dan Grab Maxim telah berhasil memperoleh popularitas yang signifikan di beberapa pasar dimana mereka beroperasi. Maxim telah menyediakan layanan transportasi di beberapa negara seperti Filipina, Singapura, Thailand dan Indonesia (Dina Afrilya, 2024). Layanan transportasi Maxim juga telah berjalan secara operasional di Indonesia sejak tahun 2018 di beberapa kota besar termasuk kota Batam (Kelvin, 2022).

Gambar 1.1 Persentase Pengguna Layanan Transportasi *Online* Tahun 2023



Sumber: Databooks (2023)

Berdasarkan gambar 1.1 di atas transportasi *online* Maxim berada pada peringkat ketiga. Dibanding dengan kompetitor lain seperti Gojek dan Grab, Maxim memiliki persentase pengguna yang relatif kecil yaitu 19,6 %. Hal ini menunjukkan bahwa Maxim masih memiliki kekurangan yang harus diperbaiki untuk dapat bersaing dengan kompetitor lain yang memiliki persentase pengguna yang cukup tinggi. Maxim juga masih memiliki kekurangan dalam hal loyalitas pelanggan. Terdapat banyak keluhan pelanggan yang merasa tidak puas dan kecewa terhadap layanan yang diberikan oleh Maxim. Kualitas pelayanan Maxim belum mencapai standar kualitas layanan pesaingnya, baik dari ketepatan waktu, driver maupun kualitas kendaraan yang digunakan (Kelvin, 2022).

Tabel 1. 2 Keluhan Pelanggan Maxim Terkait keamanan

Nama Pengguna	Waktu	Rating	Ulasan/ komentar
Sius D	September 2024	*	Kirim barang malah dicuri drivernya, nama driver di aplikasi saat mendaftar beda dengan KTP masih bisa di apply jadi driver. Pihak maxim tidak bisa berbuat apa-apa kalau barang hilang. HATI-HATI SEMUA
Debbydeb28	September 2024	*	Kacau banget driver di apk ini,bisa nemu driver ngerokok di dalam mobil,asapnya buang dalam mobil,kepala sampe pusing jadi batuk juga. Pas saya batuk. malah bilang “itu batuk karna asap saya atau udah batuk sebelumnya?”pas saya jawab karna asap malah bilang ”aku yang merokok malah situ yang batuk?” like wth????
Minvaa	September 2024	*	Kalo aplikasi jelek masih dimaklumi, mungkin masih develop. Tapi kualitas driver lo gak layak. Gue dapat mobil RONGSOK, trus JOROK, BAU,DRIVER UGAL-UGALAN DAN SENGAJA GAK PAKE AC. Murah tapi rongsokan????
Malanghgghg	Oktober 2024	*	Minta turun paksa karena driver tidak tau diri dan berani melakukan hal senono, tolong Maxim pintar-pintar dalam memilih driver!

Sumber : Playstore 2024

Dari Tabel 1.2 di atas terlihat berbagai keluhan kan oleh para pengguna layanan Maxim terkait keamanan. Salah satu keluhan menyatakan bahwasanya pengiriman barang yang dilakukan melalui Maxim tetapi barang tersebut dicuri oleh drivernya. Situasi ini menyebabkan ketidaknyamanan bagi pengguna

dikarenakan konsumen dengan disengaja terpaksa kehilangan barang mereka. Untuk mengatasi permasalahan seperti ini Maxim perlu solusi yang efektif seperti melakukan perbaikan dalam hal perekrutan driver dan pertanggungjawaban atas kegagalan ataupun kelalaian driver dalam mengantar barang. Selain itu juga terdapat pelanggan yang mengeluh bahwa driver Maxim yang merokok dalam mobil. Hal ini membuat pelanggan merasa tidak aman karena menjadikan pelanggan batuk, juga asap rokok yang tidak aman buat kesehatan. Oleh karena itu Maxim perlu memperbaiki kemampuan sumber daya manusia terutama dalam memilih atau menyeleksi drivernya. Dengan melakukan hal tersebut Maxim akan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.

Permasalahan lain yang dialami oleh pelanggan Maxim adalah mengenai hal kepercayaan. Kepercayaan merupakan pondasi dari bisnis, membentuk kepercayaan konsumen adalah cara untuk menciptakan dan mempertahankan konsumen (Rekha Putri Delima, 2023). Kepercayaan mempengaruhi efektif dan efesiennya kegiatan pemasaran, karena kepercayaan sebagai harapan bahwa penyedia layanan dapat diandalkan dan mampu memenuhi janji (Setianti, 2024).

Kepercayaan dalam pelayanan yang diberikan oleh Maxim kepada pelanggan masih perlu ditingkatkan karena belum terbukti efektif. Masih banyak keluhan yang menunjukkan ketidakpuasan pengguna terhadap aplikasi Maxim. Walaupun ada usaha yang dilakukan untuk membangun rasa percaya dengan pelanggan, masih terdapat beberapa aspek yang perlu ditingkatkan agar pelanggan merasa yakin dan mendapat pelayanan yang memuaskan. Dukungan untuk pernyataan tersebut ada dalam data yang telah diperoleh di bawah ini:

Tabel 1. 3 Keluhan pelanggan Maxim Terkait Kepercayaan

Nama Pengguna	Waktu	Rating	Ulasan/ komentar
The Curl	September 2024	*	Ada driver yang tidak jujur dalam mengambil paket. Cs dihubungi tidak ada solusi, pelayanannya parah mending hapuskan aplikasi seperti ini.
M.dewi azzahra	September 2024	*	Gue ngisi kaspro gak masuk,dan kepotong otomatis 2.500 tanpa dikasih tau dulu.dikasih taunya cuma sekedar “dipotong PPN bila ada” merugikan costumer.
y.nicha	Oktober 2024	*	Masa pas mesan 14 rb,pas udah dianterin di apk disuruh bayar 25 rb, pembodohan bgt harganya naik drastis tanpa sepengetahuan costumer,TOLONG DIPERBAKI LAGI!! Kasihan nati makin banyak orang yang ditipu dengan cara begini.
Sssssddd	Oktober 2024	*	Saya udah beberapa kali naik drivernya marah-marah ga jelas dan baru tadi kejadiannya, masa pas bayar di aplikasi 22 ribu tp dia minta 35 ribu itu kerja apa morotin orang??

Sumber : Playstore 2024

Dari tabel 1.3 di atas, dapat diketahui bahwa pelanggan masih memiliki rasa kecewa dan ketidakpercayaan terhadap layanan aplikasi Maxim. Salah satu keluhan seperti adanya driver yang tidak jujur dalam mengambil paket. Pelanggan tidak menerima barang yang seharusnya diantarkan, serta Maxim juga tidak memiliki solusi terhadap keluhan pelanggan tersebut yang menyebabkan pelanggan merasa dirugikan. Keluhan yang lain juga dalam kegagalan kinerja aplikasi, pelanggan yang awal memesan tertera harga cuma 14 ribu. Namun setelah pelanggan diantar dan sampai tujuan tiba-tiba di aplikasi harga berubah menjadi 25 ribu. Hal seperti

ini tentunya akan membuat pelanggan kecewa dan rasa percaya terhadap layanan Maxim juga akan sulit kedepannya. Oleh karena itu Maxim harus melakukan tindakan-tindakan perbaikan supaya hal yang sama tidak terulang lagi sehingga dapat membangun kepercayaan pelanggan juga meningkatkan integritas Maxim tersebut.

Selain keamanan dan keselamatan permasalahan lain yang juga dialami Maxim yakni terkait dengan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh berbagai aspek, seperti kualitas produk, harga, layanan kepada pelanggan, dan pengalaman (Deviani, 2024). Seorang pelanggan akan merasa puas apabila harapannya terpenuhi sehingga merasa senang jika harapannya terlampaui (Dewi Pujiani, 2023). Apabila pelanggan merasa puas dengan pengalaman yang diterimanya dari penggunaan produk, maka mereka cenderung lebih mungkin untuk kembali melakukan pembelian di masa depan dan mempertahankan hubungan dengan perusahaan (Ervina Ninda Pangesti, 2024).

Kepuasan layanan kepada pelanggan yang diberikan oleh Maxim belum mampu memenuhi ekspektasi yang diharapkan pelanggan, masih terdapat keluhan-keluhan pelanggan terkait ketidakpuasan mereka saat menggunakan layanan Maxim. Oleh karena itu Maxim perlu melakukan perbaikan dan peningkatan untuk memenuhi harapan pelanggan. Pernyataan ini didukung dengan data pada tabel di bawah ini.

Tabel 1.4 Keluhan pelanggan Maxim Terkait Kepuasan

Nama Pengguna	Waktu	Rating	Ulasan/ komentar
Rina saja	September 2024	*	Tolong ya Maxim kenapa tidak bisa klik BATALKAN saat pesan makanan? Ini sangat menyusahkan sekali!!
Haprio	September 2024	*	Mau pesan ribet banget,sampai lihat tutorial di youtube. Akhirnya uninstall karena terlalu ribet. Takut keburu mati kelaparan.
Yuichansi	Oktober 2024	*	Gak jelas banget maxim ini paket data ada jaringan bagus tiba pesan maxim gak bisa payah.
Errorphone	Oktober 2024	*	Pas lagi ada acara keluarga, pesan maxim trus datang mobilnya jemput tapi kaya gak dicuci,bekas lumpur di body mobil bikin malu aja.selesai antar ga di accept, statusnya cancel padahal sudah dibayar.

Sumber : Playstore 2024

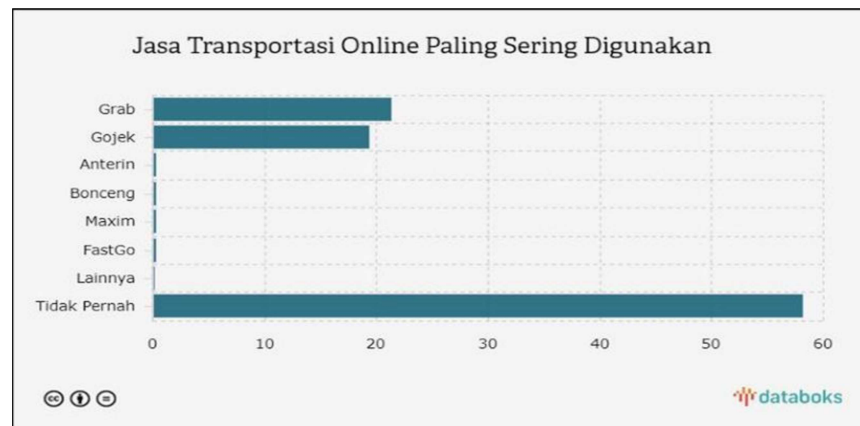
Pada tabel 1.4 di atas, terdapat evaluasi negatif pelanggan karena merasa tidak puas dengan pelayanan Maxim. Hal ini terlihat dengan adanya keluhan pelanggan yang mengungkapkan bahwa ketika hendak memesan makanan, namun selalu gagal dalam aplikasi dan akhirnya pelanggan tidak jadi pesan makanan tersebut dan justru *uninstal* aplikasi Maxim. Keluhan lainnnya dalam hal kualitas mobil yang digunakan driver, mobil yang dipesan pelanggan kotor dan terdapat bekas lumpur, Hal ini membuat pelanggan tidak puas dengan layanan Maxim. Oleh karena itu Maxim perlu melakukan analisis dan perbaikan untuk meningkatkan kualitas layanan. Tindakan yang tepat dari Maxim akan meningkatkan relasi yang

lebih baik dengan pelanggan untuk mempertahankan posisi perusahaan dalam persaingan bisnis yang semakin tinggi.

Kualitas layanan yang baik memiliki dampak positif yang kuat pada loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan berperan penting dalam suatu bisnis, dan mempertahankan, juga meningkatkan performa finansial serta memastikan profitabilitas bisnis (Fiqri Satria Eka Nugraha, 2023). Pelanggan yang loyal merupakan bagian dari pelanggan setia yang selalu memilih untuk membeli, menggunakan produk, dan cenderung menyampaikan kepada orang lain tentang pengalaman positif mereka dengan produk atau layanan yang mereka terima (Suroso, 2024).

Loyalitas adalah tujuan utama bagi banyak perusahaan, karena mempengaruhi kelangsungan merek dan perusahaan itu sendiri (Triana Ananda Rustam, 2024). Tingkat loyalitas pelanggan Maxim belum sesuai dengan yang diharapkan, terutama dengan persaingan industri yang semakin ketat. Meskipun Maxim telah menyediakan layanan yang cukup lengkap dengan berbagai layanan dan dengan harga yang lebih terjangkau, namun tantangan dari pesaing-pesaingnya mengharuskan Maxim untuk berinovasi lebih baik lagi untuk bertahan di industri transportasi. Pernyataan tersebut didukung oleh data berikut ini :

Gambar 1.2 Transportasi Online Paling Sering Digunakan



Sumber : Databoks 2023

Dari gambar 1.2 di atas menunjukkan bahwa transportasi Maxim belum berada pada posisi transportasi yang sering digunakan seperti Grab dan Gojek. Maxim belum mencapai kemampuan untuk menjadi transportasi *online* pilihan utama masyarakat. Pelayanan yang memuaskan dapat tercermin dari etika dalam bersikap sopan dan ramah, tepat waktu, dan kenyamanan pelanggan. Kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan secara tidak langsung akan menjadi pendorong terjadinya rekomendasi dari pelanggan kepada masyarakat lainnya. Untuk itu, perusahaan Maxim harus dapat menjadikan kualitas pelayanan sebagai poin penting yang harus diterapkan untuk mendapatkan kepuasan sehingga menciptakan loyalitas pelanggan. Adapun kendala dan kekurangan dari Maxim seperti masalah driver yang tidak melakukan prosedur berkendara yang benar, jumlah pembayaran di aplikasi yang berubah otomatis, kualitas kendaraan Maxim yang dinilai tidak nyaman oleh pelanggan. Hal ini menjadi faktor penghambat para pelanggan untuk menggunakan jasa Maxim. Karena itu, Maxim harus meresponi umpan balik dari pelanggan dan melakukan langkah yang tepat untuk memperbaiki setiap

permasalahan, menanggapi keluhan pelanggan dengan cepat dan efektif untuk membantu mengembalikan kepercayaan dan loyalitas terhadap merek.

Dengan mengacu pada informasi latar belakang di atas yang meliputi data, maka penelitian ini akan meneliti bagaimana pengaruh keamanan, kepercayaan dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan Maxim di Kota Batam. Variabel-variabel tersebut merupakan aspek-aspek signifikan yang penulis perhitungkan dalam penelitian dengan judul **“Pengaruh Keamanan, Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Maxim di Kota Batam”**

1.2 Identifikasi Masalah

1. Adanya keluhan dari pelanggan Maxim terkait keamanan fisik maupun barang ketika menggunakan jasa transportasi Maxim.
2. Maxim belum mampu memenuhi kepercayaan pelanggan karena masih ada pelanggan yang kecewa dan tidak menggunakan jasa Maxim lagi.
3. Adanya pelanggan yang mengungkapkan ketidakpuasan seperti waktu yang lama untuk menerima layanan dari Maxim *food*.
4. Terdapat permasalahan loyalitas yang ditandai dengan posisi transportasi Maxim yang tidak menjadi pilihan utama konsumen.

1.3 Batasan Masalah

Sesuai dengan latar belakang dan identifikasi masalah di atas maka penulis membatasi batasan masalah penelitian sebagai berikut :

1. Keamanan, kepercayaan dan kepuasan ditetapkan sebagai variabel yang diteliti.

2. Objek penelitian ini adalah transportasi *online* Maxim.
3. Responden dalam penelitian ini berfokus pada konsumen yang sudah pernah menggunakan jasa transportasi Maxim minimal 3 kali di Kota Batam.

1.4 Rumusan Masalah

1. Apakah terdapat pengaruh keamanan terhadap loyalitas pelanggan Maxim di Kota Batam?
2. Apakah terdapat pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan Maxim Kota Batam?
3. Apakah terdapat pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pelanggan Maxim di Kota Batam?
4. Apakah terdapat pengaruh keamanan, kepercayaan dan kepuasan secara bersama-sama terhadap loyalitas pelanggan Maxim di Kota Batam.

1.5 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bahwa keamanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Maxim di Kota Batam.
2. Untuk mengetahui bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Maxim di Kota Batam.
3. Untuk mengetahui bahwa kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Maxim di Kota Batam.

4. Untuk mengetahui keamanan, kepercayaan dan kepuasan secara bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Maxim di Kota Batam.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Secara Teoritis

Penelitian ini membantu menjelaskan mengenai keterkaitan antar unsur-unsur keamanan, kepercayaan dan kepuasan dengan loyalitas pelanggan Maxim Kota Batam. Penelitian ini juga akan menyajikan informasi untuk para pihak yang berkepentingan dalam merencanakan konsep pemasaran yang efektif dan mengupayakan kepuasan konsumen. Dalam hal ini, studi ini dapat memberikan kontribusi terhadap bahan bacaan akademis mengenai cara mengelola pemasaran dan memahami konsumen serta menambah pemahaman mengenai hal-hal yang memengaruhi loyalitas pelanggan dalam layanan bisnis jasa.

1.6.2 Secara Praktis

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini memberikan wawasan mengenai keterkaitan antara faktor-faktor keamanan, kepercayaan, dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan di Maxim Kota Batam. Penelitian ini memberikan kesempatan bagi peneliti untuk mengembangkan keterampilan praktis dalam analisis perilaku konsumen. Hasil dari penelitian ini menyediakan landasan untuk pengembangan penelitian di masa depan.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat menjadi sumber informasi penting bagi Maxim.. Dengan pemahaman mengenai aspek yang memengaruhi loyalitas pelanggan, perusahaan mampu mengenali bidang layanan yang perlu ditingkatkan, seperti dengan mengupayakan peningkatan keamanan bagi pelanggan, mempertahankan kepercayaan, dan meningkatkan kepuasan. Dengan hal ini perusahaan mampu meningkatkan relasi dengan pelanggan, sehingga akan memberikan keuntungan dan dampak positif pada bisnis mereka.

3. Bagi Universitas Putera Batam

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan pengetahuan dan kemampuan analisis mahasiswa, serta meningkatkan reputasi Universitas Putera Batam. Studi ini dapat berfungsi sebagai sumber belajar dan referensi bagi pengajar dan mahasiswa dalam memahami konsep-konsep krusial dalam bidang pemasaran, terutama yang berkaitan dengan loyalitas pelanggan.

4. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini dapat menjadi dasar untuk pengembangan teori yang lebih komprehensif tentang faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas pelanggan dalam industri transportasi *online*, juga membuka peluang untuk penelitian lanjutan dengan fokus yang lebih spesifik.