

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Saat ini, dunia bisnis mengalami pertumbuhan yang sangat cepat seiring berjalannya waktu dan trend-trend yang sedang berjalan mengikuti alur zaman. Hal ini menunjukkan kepentingan konsumen yang tidak terbatas untuk memenuhi kebutuhannya sehari-hari. Salah satu tandanya adalah munculnya banyak teknologi informasi dan komunikasi di setiap perusahaan yang secara terus menerus bersaing untuk memperbesar pangsa pasarnya. Mereka berupaya menghadirkan inovasi tanpa batas guna memenuhi kebutuhan, keinginan, dan kepuasan konsumen sesuai dengan sektornya masing-masing (Aziz et al ,2025).

Inisiasi perkembangan digital juga tidak lepas dari perkembangan teknologi yang secara runtut dari konvensional menjadi digital modern yang semakin maju. Banyak kalangan berpendapat dengan ketersediaan teknologi yang semakin pesat saat ini, dapat memudahkan masyarakat dalam menjalankan aktivitasnya sehari-hari termasuk dapat membantu menyelesaikan masalah yang sering muncul di era digital, seperti hal-hal yang sederhana yang selalu kita jalani, yaitu mobilitas transportasi. Dimana untuk mendorong keberlanjutan dalam transportasi, perlu dilakukan pemisahan antara pertumbuhan transportasi dan pertumbuhan ekonomi, untuk mencapai pergeseran moda yang meningkatkan penggunaan moda transportasi yang berkelanjutan dan memudahkan masyarakat.(Roberto et al., 2023)

Kendaraan mobil dan motor merupakan alat transportasi yang sangat vital dalam berbagai aktivitas manusia. Semakin maju sarana transportasi, semakin mudah pula terjalin hubungan antar individu.

Melalui perkembangan tersebut banyak sekarang perusahaan start-up yang merambah ke dunia transportasi dengan memanfaatkan peluang teknologi internet dan smartphone yang menyebar di berbagai negara, contohnya mencakup pengembangan aplikasi, sistem pembayaran, layanan, perdagangan, dan lain-lain. Istilah start-up atau perusahaan rintisan merujuk pada perusahaan baru yang berfokus pada teknologi dan informasi yang sedang berkembang di era sekarang. Salah satu start-up yang tengah berkembang adalah di sektor layanan aplikasi transportasi online (Teluma and Asnawati 2025).

Usaha jasa transportasi online ini mempermudah masyarakat dalam melakukan aktivitasnya yang beragam dalam sehari-hari. Transportasi online biasanya menggunakan sebuah platform aplikasi pada *mobile phone* dan memanfaatkan teknologi internet dalam menjalankannya (<https://smarnation.id>. 2021). Terdapat 4 perusahaan transportasi online yang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia yang memanfaatkan peluang kemajuan teknologi yakni Gojek yang merupakan hasil karya anak bangsa yaitu Nadiem Anwar Makarim, kemudian Grab yang berasal dari Malaysia, selanjutnya Maxim yang berasal dari Rusia, dan InDriver yang berasal dari Rusia. Banyaknya pengguna transportasi online di beberapa Kota besar di Indonesia, mendorong perusahaan transportasi online menjadikan Kota Padang salah satu Kota baru yang juga menyediakan jasa transportasi online.

Maxim bike mulai dikenal konsumen di Kota Padang, disaat tarif atau harga transportasi online mengalami kenaikan dikarenakan adanya keputusan dari pemerintahan. Dalam website CNBC Indonesia yang menjelaskan mengenai keputusan dari Menteri (KM/Kepmen) Perhubungan No.348 Tahun 2019 bahwa tarif transportasi online mengalami kenaikan, yang mulai berlaku pada tanggal 2 September 2019. Hal ini membuat sebagian konsumen mulai beralih ke jasa transportasi online Maxim dikarenakan harga yang ditawarkan lebih murah dan terjangkau apabila dibandingkan dengan harga yang ditawarkan oleh GoJek, InDriver dan Grab. Perlu diketahui aplikasi Maxim masih memiliki banyak kekurangan seperti kebocoran data pribadi penumpang dan aplikasi Maxim kurang user friendly sehingga hal ini membuat banyak konsumen bingung menggunakan aplikasinya, selain itu konsumen punya pilihan lain serta keadaan ekonomi yang kurang menentu seperti kenaikan BBM yang berdampak pada tarif Maxim (Nasution, 2023).

Melihat persaingan jasa transportasi online, Maxim tetap memberikan jasa pelayanan transportasi nya kepada konsumen dengan menerapkan beberapa fitur yang ada di aplikasi tersebut agar dapat memudahkan pelanggan. Termasuk juga fitur layanan yang beragam sehingga para konsumen memiliki banyak pilihan atas fitur layanan yang tersedia. Jadi pada aplikasi Maxim ini tidak hanya memberikan fitur layanan berupa jasa antar jemput orang (bike dan car), melainkan ada beberapa fitur layanan lainnya.

Melihat persaingan jasa transportasi online, Maxim tetap memberikan jasa pelayanan transportasinya kepada konsumen dengan menerapkan beberapa fitur yang ada di aplikasi tersebut agar dapat memudahkan pelanggan. Termasuk juga

fitur layanan yang beragam sehingga para konsumen memiliki banyak pilihan atas fitur layanan yang tersedia. Jadi pada aplikasi Maxim ini tidak hanya memberikan fitur layanan berupa jasa antar jemput orang(bike dan car), melainkan ada beberapa fitur layanan lainnya (Vangga, Candra, and Ridho 2024).

Misalnya, pertama ada fitur delivery yaitu mengangkut dokumen dan barang dari tangan ke tangan dengan berat maximal 20 kg untuk bike dan 150 kg untuk car,serta order pesan antar makanan atau pembelian produk serta barang-barang lainnya di toko. Kedua, food yaitu belanja makanan apa pun langsung di toko. Ketiga, Cargo yaitu pengangkutan muatan di dalam kota dan antarkota. Keempat, yaitu life yang dimana fitur ini meliputi massage (terapis pria & wanita) dan cleaning yaitu jasa membersihkan ruangan. Kelima, ada jasa layanan yaitu helper yang dimana meliputi bantuan tenaga untuk angkut barang atau bongkar muat barang. Selain itu, maxim juga memiliki fitur layanan maxim merchant yaitu fitur untuk bekerjasama bagi konsumen yang memiliki usaha dengan cara bermitra dengan maxim (Adiva ersa afrilian 2022). Berikut ini hasil ulasan pelanggan di aplikasi Maxim.

Pada hasil ulasan pelanggan di aplikasi Maxim terdapat beberapa keluhan dari pelanggan yaitu, fitur layanan untuk penentuan titik penjemputan dalam maps tidak sesuai atau tidak tepat titiknya sehingga memberikan ulasan yang kurang baik dari beberapa konsumen. Maxim berupaya untuk menawarkan berbagai kemudahan yang tidak tersedia pada pesaingnya, sebut saja Gojek dan Grab. Kemudahan yang ditawarkan oleh aplikasi jasa online Maxim antara lain, mencakup penentuan rute yang paling sulit dan memberikan informasi mengenai barang bawaan konsumen kepada pengguna lain hingga penumpang menerima

notifikasi mengenai jumlah pengembalian dana. Selain itu, perusahaan Maxim memberikan layanan jasa antar barang dan jasa menarik mobil yang mengalami kerusakan akibat kendaraan lain dan juga ada fitur cleaning dan helper. Secara fundamental, transportasi Maxim menyediakan solusi akan kebutuhan mobilitas masyarakat yang semakin kompleks dengan beralih transportasi dari konvensional ke online yang lebih terjangkau, aman, dan tepat waktu.

Layanan transportasi online masih tetap populer dan banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia hingga saat ini. Meskipun dalam beberapa periode pernah terjadi kenaikan tarif yang cukup signifikan, hal tersebut tidak serta-merta menurunkan minat masyarakat untuk menggunakan layanan transportasi online. Fenomena ini menunjukkan bahwa transportasi online telah menjadi bagian penting dari kebutuhan mobilitas sehari-hari. Berbagai faktor mendorong masyarakat Indonesia untuk tetap memilih layanan ini, antara lain kemudahan akses melalui aplikasi digital, kepraktisan dalam pemesanan, efisiensi waktu, serta fleksibilitas dalam menentukan rute dan jadwal perjalanan. Selain itu, faktor keamanan, transparansi tarif, serta beragam pilihan layanan yang ditawarkan juga menjadi daya tarik tersendiri bagi pengguna. Kehadiran promosi dan metode pembayaran non-tunai semakin memperkuat minat masyarakat dalam menggunakan transportasi online sebagai solusi transportasi yang modern, cepat, dan sesuai dengan gaya hidup masyarakat saat ini.

Salah satu strategi perusahaan dalam meningkatkan daya saing adalah dengan menempatkan kepuasan pengguna sebagai prioritas utama. Kepuasan pengguna terhadap layanan yang diberikan dapat menjadi umpan balik bagi perusahaan untuk mengevaluasi kualitas layanan dan membangun kepercayaan

konsumen. Kepercayaan konsumen dapat dicapai melalui kepuasan mereka yang mendorong konsumen untuk terus menggunakan produk layanan perusahaan tersebut. Kepuasan pengguna akan tercapai jika mereka mendapatkan kesesuaian ekspektasi dengan realitas di lapangan, sehingga tingkat kepuasan pelanggan akan semakin meningkat.

Kepercayaan adalah faktor lain yang menentukan kepuasan pelanggan. Penumpang dapat memperoleh kepercayaan terhadap agensi melalui berita atau media sosial. Karena Maxim merupakan organisasi yang didirikan oleh perusahaan yang memiliki segala legalitas dan izin resmi, maka izin tersebut akan berdampak pada pemilihan anggota yang akan menjadi pengemudi (Tibrani DKK 2024).

Kepercayaan dalam suatu hubungan dibangun antara kedua belah pihak, yaitu antara penyedia layanan dan pengguna yang masing-masing berperan sehingga memberikan citra baik bagi penyedia dan pengguna mendapatkan apa yang diinginkan (Eggie dan Renny 2021).

Menurut (Nurvitasari 2021) Harga merupakan faktor utama yang dipertimbangkan oleh pelanggan ketika memesan barang, bahkan sebagian dari pelanggan mengidentifikasi harga sebelum melakukan pembelian. Transportasi online Maxim terlihat lebih terjangkau, dan informasi tentang harga yang ditawarkan dapat diakses sebelum proses pemesanan dilakukan. Menurut penelitian sebelumnya faktor harga memiliki signifikansi dalam menentukan kepuasan pelanggan. Namun, bertentangan dengan hasil penelitian Ananda yang menyatakan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Muhammadnor 2024).

Penerapan layanan berkualitas secara efektif dan sesuai merupakan faktor utama yang memengaruhi kesuksesan bisnis transportasi online karena mampu menciptakan kepuasan bagi pelanggan. Layanan yang diberikan transportasi online Maxim kepada pelanggan bisa mempengaruhi kepuasan pengguna. Studi sebelumnya menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki dampak yang signifikan secara positif terhadap kepuasan pelanggan. Namun, bertentangan dengan hasil penelitian Ananda yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Tibrani, 2024).

Hapizah dan Yeni, kepuasan pelanggan merupakan penilaian yang dilakukan oleh konsumen terhadap layanan suatu produk. Kepuasan pelanggan perlu ditekankan, ketika konsumen merasa puas, mereka cenderung untuk melakukan pembelian kembali. Begitu pula bagi pelanggan transportasi online Maxim, kepuasan pelanggan merupakan tujuan perusahaan untuk memberikan kenyamanan kepada pengguna.

Berdasarkan latar belakang terkait Pengaruh Fitur Layanan, Kepercayaan Dan Harga terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Maxim Kota Padang. Peneliti melakukan Penelitian Pengaruh Fitur Layanan, Kepercayaan Dan Harga terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Maxim Kota Padang.

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah pada penelitian ini Adalah:

1. Apakah Fitur Layanan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna aplikasi Maxim?

2. Apakah Kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna aplikasi Maxim?
3. Apakah Harga berpengaruh terhadap kepuasan pengguna aplikasi Maxim?
4. Apakah Fitur Layanan, Kepercayaan dan Harga secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna aplikasi Maxim?

1.3 Tujuan penelitian

1. Untuk Mengetahui pengaruh Fitur Layanan terhadap kepuasan pengguna aplikasi Maxim.
2. Untuk Mengetahui pengaruh Kepercayaan terhadap kepuasan pengguna aplikasi Maxim.
3. Untuk Mengetahui pengaruh Harga terhadap kepuasan pengguna aplikasi Maxim.
4. Untuk Mengetahui pengaruh Fitur Layanan, Kepercayaan dan Harga secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna aplikasi Maxim.

1.4 Manfaat penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan Pengaruh Fitur Layanan, Kepercayaan Dan Harga terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Maxim Kota Padang.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian dapat dijadikan sumber informasi untuk menambah pengetahuan dan sebagai bahan referensi tambahan untuk penelitian ilmiah yang akan dilakukan dimasa selanjutnya.

1.5 Batasan penelitian

Berdasarkan Latar belakang yang di buat Peneliti membatasi Penelitian hanya Membahas Pengaruh Fitur Layanan, Kepercayaan Dan Harga terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Maxim Kota Padang.