

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era modern saat ini masyarakat mempunyai aktivitas yang beragam dan untuk memenuhi kebutuhan aktivitas tersebut masyarakat memerlukan adanya transportasi sebagai alat penunjang atau alat bantu dalam melakukan aktivitasnya. Untuk menunjang aktivitas tersebut agar dapat berjalan dengan lancar, maka diperlukanlah sistem transportasi untuk mempermudah aktivitas sehari-hari. Transportasi sendiri merupakan bagian penting dalam hidup masyarakat. Semakin berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi, alat transportasi pun semakin berkembang.

Dengan kemajuan transportasi di Indonesia yang berkembang dengan sangat pesat hal tersebut membuat peluang terhadap pembukaan jasa transportasi terus meningkat. Perkembangan Teknologi dalam transportasi yaitu munculnya transportasi online di Indonesia mulai pada pertengahan tahun 2015. Transportasi berbasis online saat ini dinilai mudah dan praktis sehingga cukup diminati di kalangan masyarakat. Fenomena transportasi online saat ini sudah tidak asing bagi masyarakat, karena pemesanan berbasis aplikasi yang mudah di download oleh pengguna smartphone baik android maupun ios.

Tingginya minat konsumen terhadap transportasi online membuat perusahaan berbasis jasa transportasi *online* tersebut berlomba-lomba menciptakan inovasi untuk menarik minat konsumen. Berikut ini adalah sejumlah layanan transportasi online yang terus berkembang di Indonesia.

Tabel 1.1 Transportasi Online Di Indonesia

No	Nama Transportasi Online	Tahun Berdiri	Asal Negara
1.	Gojek	2010	Indonesia
2.	Grab	2015	Malaysia
3.	Maxim	2018	Rusia
4.	In Driver	2013	Rusia
5.	Antrin	2016	Indonesia
6.	Asia Trans	2018	Indonesia
7.	Oke-Jek	2015	Indonesia
8.	Bonceng	2018	Indonesia
9.	Tekno	2018	Indonesia

Sumber : Okezone.com 2022

Saat ini sudah banyak penyedia jasa transportasi online yang dikenal dengan nama Go-Jek, Grab maupun Maxim. Semua memberikan pelayanan yang hampir sama mulai dari mengantarkan orang dengan biaya yang berbeda-beda namun dengan sistem pemesanan yang sama yaitu pemesanan melalui aplikasi telepon genggam maupun website. Jumlah para pengemudi yang semakin banyak dan harga yang ditawarkan begitu memanjakan penumpang sehingga membuat layanan transportasi berbasis online semakin diminati dari waktu ke waktu.

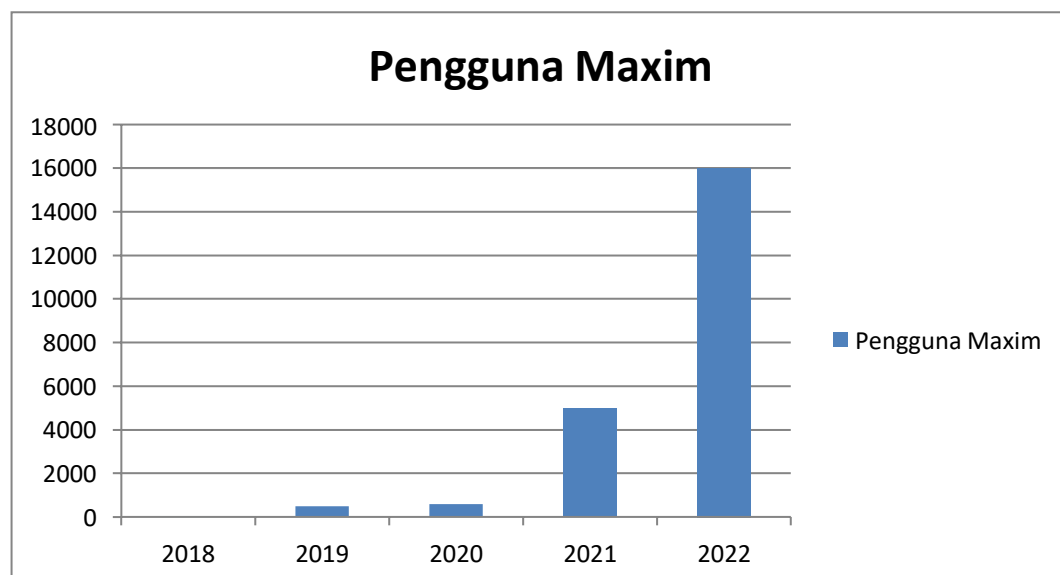
Salah satu transportasi yang diminati masyarakat saat ini yakni ojek online. Ojek yang awalnya mencari penumpang hanya berada di ujung-ujung jalan saja kini bertransformasi menjadi ojek yang berbasis teknologi sehingga membuat masyarakat yang menggunakan jasa angkutan ojek dapat lebih praktis melakukan aktifitasnya. Ojek online diterima dengan cepat dikalangan masyarakat dikarenakan pemesanan melalui aplikasi yang mudah dan praktis serta berbagai macam pilihan layanan yang diberikan sehingga mampu memenuhi kebutuhan masyarakat dalam bidang jasa transportasi.

Dengan adanya perusahaan sejenis yang bergerak di bidang transportasi online dan banyaknya alternatif pilihan jasa transportasi online hal tersebut

membuat persaingan didalam menarik minat masyarakat untuk menggunakan jasa transportasi online yang digunakan. Konsumen akan semakin selektif dalam memilih jasa transportasi online. Konsumen akan memilih salah satu diantara pilihan alternatif yang menurutnya sesuai dengan yang diinginkan. Mengantisipasi keadaan tersebut maka perusahaan transportasi online berlomba-lomba menawarkan harga yang relatif terjangkau untuk masyarakat.

Salah satu perusahaan transportasi online yang ada saat ini yakni Maxim. Perusahaan Maxim merupakan pendatang baru asal Rusia yang berlomba dalam bisnis transportasi online di Indonesia. Maxim menjajah pasar Indonesia di tahun 2018 awal membuka kantor di Jakarta di bawah Bendera PT Teknologi Perdana Indonesia. Seiring dengan berjalannya waktu layanan transportasi online Maxim merambah ke kota-kota di Indonesia termasuk di Kota Bandar Lampung.

Gambar 1.1 Grafik Pengguna Maxim 2022



Sumber : <https://id.taximaxim.com> Diolah Tahun 2022

Pada website resmi Maxim (<https://id.taximaxim.com>) dijelaskan bahwa pengguna aplikasi Maxim mengalami peningkatan. Pada akhir tahun 2018 pengguna aplikasi Maxim berkisar 10.000 pengguna dan pada akhir 2019

pengguna aplikasi Maxim meningkat menjadi 500.000 pengguna dan di awal tahun 2020 pengguna aplikasi Maxim meningkat menjadi 600.000 pengguna, singkatnya Maxim mengalami peningkatan pada jumlah penggunaan aplikasi transportasi online Maxim. Kemudian selama 2 tahun terakhir ini jumlah pesanan pada Maxim sudah lebih dari 16 juta, dari total pesanan tersebut 70% merupakan pesanan layanan Maxim Bike, layanan car 24,5% dan 2% merupakan pesanan layanan delivery.

Eksistensi Maxim kian dilirik oleh pasar dimana sejak awal kemunculannya di tahun 2018 Maxim mengukuhkan diri sebagai perusahaan transportasi ride dengan tarif ekonomis. Maxim mendapat penerimaan yang baik dari masyarakat berkat tarifnya yang ekonomis. Maxim mematok harga yang ekonomis dikarenakan mengikuti strategi internasional perusahaan induknya di Rusia. Strategi Maxim selaku perusahaan jasa transportasi online adalah menjadi perusahaan layanan transportasi dengan biaya paling terjangkau. Harga merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi pemasaran suatu produk.

Melihat persaingan yang ketat dengan perusahaan transportasi online lainnya Maxim mencoba menawarkan sejumlah kemudahan dan harga yang ekonomis yang tidak dimiliki oleh para pesaingnya. Saat ini Maxim memberikan harga kepada konsumen dengan harga untuk 1 kilometer pertama sebesar 3.000 dan untuk kilometer berikutnya sebesar 2.100. Sedangkan jasa transportasi online lainnya memberikan harga kepada konsumen dengan harga untuk 1 kilometer pertama sebesar 3.000 dan untuk kilometer berikutnya sebesar 3.500.

Menurut Swastha (2017:185) Harga (*price*) adalah jumlah uang (ditambah beberapa barang kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya. Harga merupakan jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Tinggi rendahnya harga selalu menjadi perhatian utama para konsumen saat mereka mencari suatu produk. Sehingga harga yang ditawarkan menjadi bahan pertimbangan khusus, sebelum mereka memutuskan untuk membeli barang maupun menggunakan suatu jasa. Konsumen dalam menggunakan sebuah produk atau jasa akan memilih produk yang dianggap sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya.

Dengan banyaknya persaingan jasa transportasi online yang semakin beragam seperti jasa transportasi online menggunakan motor dan mobil, jasa jemput barang, jasa pengiriman makanan, dan lainnya. Sehingga layanan Maxim terus ditambah dari waktu ke waktu. Mulai dari layanan ojek (motor), taxi (mobil), delivery, penderekan, dan menghidupkan mesin bisa dipesan lewat aplikasi Maxim. Pengguna dapat mendownload aplikasi Maxim dan Taxsee Driver untuk pengemudi melalui playstore dan appstore.

Maxim untuk menjawab kebutuhan masyarakat, pelanggan yang baru mendownload aplikasi Maxim di smartphone bisa mendapatkan saldo Rp.10.000,-. Kesempatan ini bisa dimanfaatkan pengguna untuk mendapatkan potongan tarif saat membuat pesanan pertamanya di aplikasi. Maxim juga menawarkan jasa pengiriman, bantuan penderekan mobil mogok oleh mobil lainnya, serta starter aki. Kualitas jasa atau pelayanan dipandang sebagai salah satu komponen yang perlu diwujudkan oleh perusahaan, karena memiliki pengaruh untuk

mendatangkan konsumen baru dan dapat mengurangi kemungkinan pelanggan lama untuk berpindah ke perusahaan lain. Kualitas pelayanan didefinisikan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Kapriani (2021) dengan judul Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Transportasi Online Maxim di Makassar dimana hasil penelitian menunjukkan dimana variabel harga didapatkan nilai $t_{hitung} = 8,455 > t_{tabel} = 1,989$ dengan tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa transportasi online Maxim di Makassar. Selain itu penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Juheri (2019) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Dan Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Ojek On-Line Gojek Di Kota Tangerang Selatan dimana hasil penelitian bahwa nilai $Sig = 0,000 < 0,05$ dan $t_{hitung} = 1,991 > t_{tabel} = 1,985$ atau berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima hal ini menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian pengguna Ojek On-Line Gojek Di Kota Tangerang Selatan

Selin itu dengan adanya platform yang ditawarkan oleh Maxim seperti pencantuman rute-rute tersulit, notifikasi barang bawaan hingga hewan peliharaan yang dibawa penumpang, hingga notifikasi jumlah uang kembalian yang akan diterima penumpang. Hal ini diharapkan Maxim mampu bersaing dengan jasa transportasi ojek online lainnya seperti Grab dan Gojek yang lebih dulu merambah Kota Bandar Lampung.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka penulis tertarik dalam penulisan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Ulang Pembelian Menggunakan Jasa Transportasi Maxim Di Bandar Lampung.”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka rumusan masalah di dalam penulisan ini yakni sebagai berikut :

1. Apakah Harga Memiliki Pengaruh Terhadap Minat Ulang Pembelian Menggunakan Jasa Transportasi Maxim Di Bandar Lampung?
2. Apakah Kualitas Pelayanan Memiliki Pengaruh Terhadap Minat Ulang Pembelian Menggunakan Jasa Transportasi Maxim Di Bandar Lampung?
3. Apakah Harga dan Kualitas Pelayanan Memiliki Pengaruh Terhadap Minat Ulang Pembelian Menggunakan Jasa Transportasi Maxim Di Bandar Lampung?

1.3 Batasan Masalah

Terdapat banyak variabel yang dapat mempengaruhi Konsumen dalam minat ulang menggunakan jasa transportasi Maxim yang ada di Kota Bandar Lampung. Namun dalam penelitian ini penulis hanya fokus terhadap Harga dan Kualitas Pelayanan.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian rumusan masalah dan batasan masalah diatas maka tujuan dalam penelitian ini yakni sebagai berikut :

1. Untuk Menguji Apakah Harga Memiliki Pengaruh Terhadap Minat Ulang Pembelian Menggunakan Jasa Transportasi Maxim Di Bandar Lampung?
2. Untuk Menguji Apakah Kualitas Pelayanan Memiliki Pengaruh Terhadap Minat Ulang Pembelian Menggunakan Jasa Transportasi Maxim Di Bandar Lampung?
3. Untuk Menguji Apakah Harga dan Kualitas Pelayanan Memiliki Pengaruh Terhadap Minat Ulang Pembelian Menggunakan Jasa Transportasi Maxim Di Bandar Lampung?

1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas maka manfaat dalam penelitian ini yakni sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan

Diharapkan dapat menjadi acuan dalam membangun dan menjalankan strategi pemasarannya terhadap minat ulangkonsumenpengguna jasa transportasi online yang ada di Kota Bandar Lampungsehingga hal tersebut diharapkan dapat mempertahankan dan meningkatkan pelanggan pengguna jasa transportasi online Maxim di Kota Bandar Lampung menjadi lebih baik kedepannya

2. Bagi Peneliti

Untuk peneliti agar dapat mengaplikasikan ilmu manajemen pemasaran yang di peroleh di bangku kuliah khususnya mengenai Harga dan Kualitas Pelayanan serta dampaknya terhadap minat beli ulang konsumen.

3. Bagi Pembaca

Untuk Pembaca diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi ilmu pengetahuan, tentang ilmu manajemen pemasaran mengenai Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap minat beli ulang konsumen.