

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kemajuan teknologi informasi di masa kini telah mendorong munculnya paradigma ekonomi baru, yang mengakibatkan terciptanya dunia virtual di dalam dunia perdagangan (Luh Ayu Pradnya Dewi et al., 2023). Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara masyarakat memenuhi kebutuhan sehari-hari, termasuk transportasi. Layanan transportasi online semakin populer di kalangan masyarakat karena berbagai kemudahan dan kenyamanannya.

Saat ini, teknologi menawarkan beberapa prospek bagi individu untuk merampingkan tugas sehari-hari mereka, terutama dalam industri jasa. Bisnis layanan transportasi internet adalah industri yang berkembang pesat dan penting di dunia saat ini. Berkembangnya persaingan dalam industri transportasi internet mendorong organisasi untuk meningkatkan kualitas layanan dan menyusun strategi yang efektif untuk memenuhi ambisi dan tujuan mereka.

Transportasi online sangat penting dalam meningkatkan akses orang-orang yang akan berpergian ke suatu tempat, khususnya daerah yang akses transportasi publiknya terbatas. Transportasi online memungkinkan orang untuk cepat dan mudah untuk sampai di tempat yang diinginkan tanpa harus terjebak macet atau menunggu lama di halte, ojek juga membantu orang yang tidak memiliki kendaraan pribadi untuk tetap dapat beraktivitas dengan lancar. Dengan adanya Transportasi online membuka peluang pekerjaan bagi banyak orang, baik sebagai pengemudi Transportasi maupun mitra pengemudi Transportasi online. Transportasi online

juga membantu meningkatkan pendapatan masyarakat, terutama dibidang makanan.

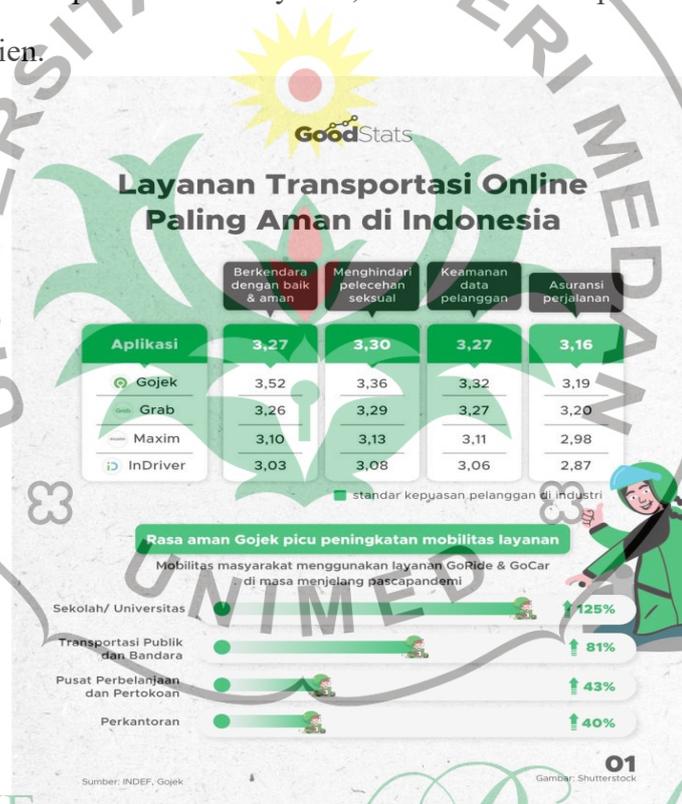
Maxim akan terus berkembang bersama dengan para mitra pengemudi. Maxim kompatibel dengan sistem operasi Android, iOS, dan BlackBerry. Maxim secara konsisten meningkatkan layanan mereka melalui perluasan produk yang sedang berlangsung, memperkenalkan penawaran baru dalam berbagai format:

Tabel 1.1 Jenis Produk Maxim

No	Nama Produk	Fungsi
1	Maxim Car	Layanan transportasi ini melayani mereka yang menghargai kemudahan dan kenyamanan bepergian dengan mobil pribadi.
2	Maxim Bike	Menawarkan bentuk alternatif transportasi roda dua bagi mereka yang mencari perjalanan yang lebih cepat dan nyaman ke lokasi yang diinginkan.
3	Maxim Food&Shop	Membantu klien dalam memesan makanan atau membeli barang dan barang lainnya di tempat usaha.
4	Maxim Delivery	Melakukan pengangkutan barang secara efisien.
5	Maxim life	Menyediakan layanan kebersihan profesional untuk kamar, tempat tinggal, dan tempat kerja. Selain menawarkan perawatan Pijat & Spa, kami juga menyediakan layanan Laundry.
6	Maxim Cargo	Menyediakan jasa transportasi barang baik untuk rute dalam kota maupun antar kota.
7	Maxim Layanan	Memberikan bantuan dan menghidupkan mesin kendaraan yang mengalami kerusakan mekanis dengan metode jump-start atau dengan cara diderek.

Sumber: *id.taximaxim.com*.

Tujuan utama dari semua perusahaan yang menyediakan barang atau jasa adalah untuk mencapai E-Satisfaction, karena konsumen yang puas adalah aset berharga bagi perusahaan. E-Satisfaction secara tidak langsung akan mempromosikan rujukan dari mulut ke mulut. Oleh karena itu, penekanan utama organisasi haruslah pada kualitas layanan, karena hal ini berpotensi menghasilkan kesenangan klien.



Gambar 0.1 Layanan Transportasi Online Paling Aman di Indonesia

Sumber: GoodStats.id

Dari gambar diatas menjelaskan bahwa Maxim belum termasuk layanan transportasi online paling aman di Indonesia karena maxim belum memenuhi nilai dari standar kepuasan pelanggan di industrinya. Maxim juga belum melebihi bahkan sampai di nilai standar yang telah ditentukan, seperti Berkendara dengan baik dan aman, Menghindari pelecehan seksual, Keamanan data pelanggan, Asuransi perjalanan. Bahkan maxim belum dapat menyaingi Gojek dan Grab.

Masalah yang menjadi perhatian penting yang disoroti dalam penilaian kualitas E-Service terhadap peringkat aplikasi adalah prevalensi pengalaman pengguna yang negatif, yang mengakibatkan rendahnya tingkat kepuasan di antara sebagian besar pelanggan. Berikut ulasan pengguna aplikasi Maxim pada aplikasi Google Play Store 5 Bulan terakhir.



Gambar 1.2 Ulasan pengguna aplikasi Maxim
Sumber: Google Play store

Selain memastikan kebahagiaan klien, kepercayaan merupakan dasar fundamental bagi setiap organisasi. Membangun kepercayaan konsumen adalah metode untuk merekrut dan mempertahankan basis klien. Sebagai perusahaan yang sedang berkembang dalam beberapa tahun terakhir, Maxim secara aktif berupaya meningkatkan layanannya termasuk memberikan rasa aman dan nyaman kepada pelanggannya.

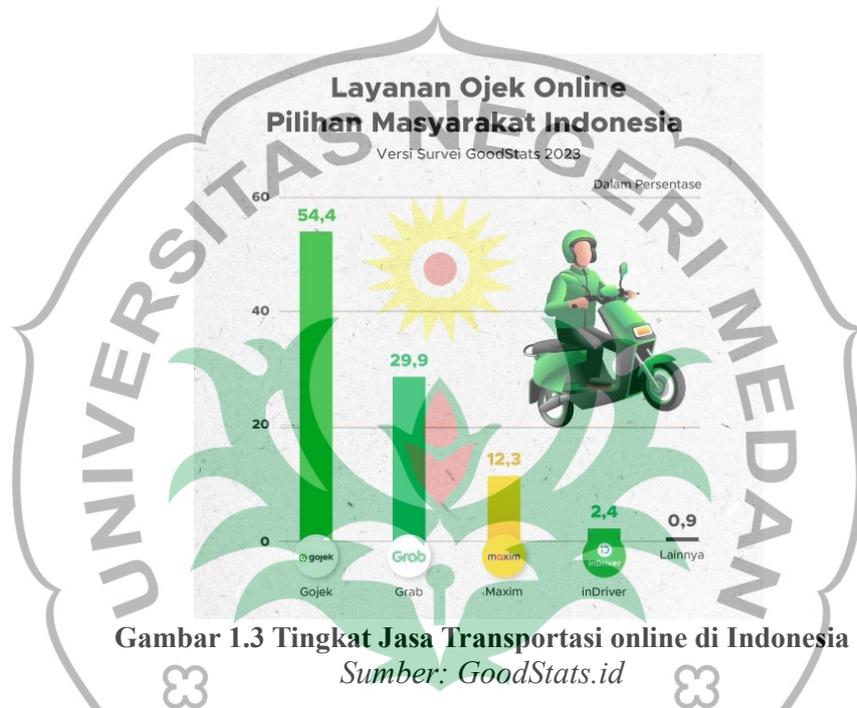
Tabel 1.2 Keluhan Pelanggan Aplikasi Maxim

No	Keluhan Pelanggan
1.	Pengemudi jarang menggunakan semua fitur yang tersedia.
2.	Pengemudi sering membatalkan pesanan tanpa memberikan alasan yang jelas.
3.	Hanya ada beberapa nama lokasi (tempat penjemputan) yang tersedia saat ini.
4.	Helm yang digunakan tidak bersih dan mengeluarkan bau yang tidak sedap.
5.	Aplikasi tidak menampilkan wajah pengemudi.
6.	Tarif sering mengalami perubahan yang tak stabil.

Sumber: Aplikasi Play Store

Kuantitas keluhan atau komplain pelanggan dapat menimbulkan perasaan tidak puas atau bahkan ketidakbahagiaan di antara para klien yang menggunakan program Maxim. Kepuasan pelanggan terhadap kualitas produk atau layanan dapat mendorong pelanggan untuk melakukan transaksi berulang dan bahkan secara tidak langsung mengadvokasikannya. Tidak hanya itu Kepuasan pelanggan juga sangat penting untuk meningkatkan Brand trust pelanggan guna menjaga reputasi dan citra aplikasi tersebut dan dipandang oleh seluruh rakyat Indonesia. Secara tidak

langsung hal ini menjadi wadah promosi tanpa mengeluarkan biaya yang besar seperti iklan yang belum tentu di tonton berbagai orang.



Dalam data tersebut diperkirakan bahwa masih banyak masyarakat Indonesia yang menggunakan jasa transportasi online Gojek, dikarenakan Gojek menawarkan fitur lengkap baik dari jasa pengantaran penumpang, pengantaran makanan, pengantaran barang bahkan jasa titip barang untuk dibeli. Dengan semakin beragamnya layanan online dan persaingan yang semakin ketat, kepuasan konsumen dapat dicapai melalui pengembangan layanan yang berkelanjutan. Agar tetap kompetitif, organisasi harus memprioritaskan kualitas dan meningkatkan kreativitas dan inovasi mereka.

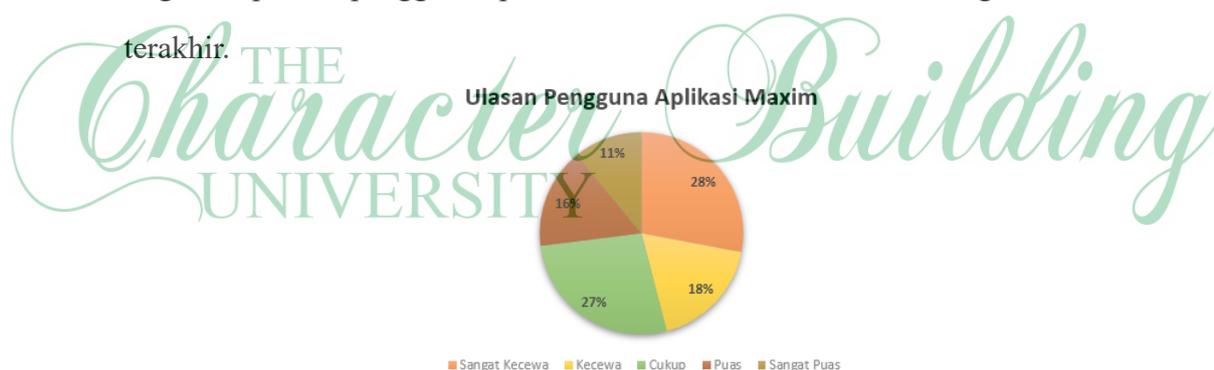
Peningkatan lalu lintas yang didorong oleh aplikasi menunjukkan persaingan yang lebih ketat. Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat persaingan harga dan ketersediaan pilihan layanan alternatif. Hal ini menyebabkan konsumen menjadi lebih cerdas, menyebabkan mereka mengevaluasi dengan cermat pilihan yang tersedia dan memilih salah satu yang mereka yakini paling sesuai dengan kebutuhan dan harapan mereka. Untuk mengantisipasi hal ini, organisasi yang menyediakan

layanan transportasi melalui aplikasi mobile. Untuk mencapai hal tersebut, diperlukan kemampuan untuk menciptakan kualitas pelayanan yang tepat dan kepercayaan Ciptakan kepuasan pelanggan.

Maxim membedakan dirinya dari aplikasi pemesanan kendaraan lainnya dengan menawarkan harga yang lebih terjangkau dibandingkan dengan para pesaingnya. Namun untuk pengguna tetap aplikasi maxim tidak mendapatkan promo, dan juga tampilan aplikasi yang kurang menarik dan sering terjadi bug atau eror membuat pelanggan beralih ke aplikasi jasa ojek online lainnya.

Selain itu, Maxim juga dituntut untuk rajin mengatasi dan memperbaiki masalah dalam aplikasi, seperti peta yang tidak konsisten dan masalah pesanan ganda yang berulang. Kesalahan ini tidak hanya terjadi sesekali, tetapi sering kali mengakibatkan order ganda, sehingga mengurangi kepercayaan pelanggan terhadap Maxim sebagai layanan transportasi online.

Berdasarkan data yang diperoleh dari Play Store, aplikasi Maxim menunjukkan perbedaan yang signifikan antara jumlah ulasan bintang 5 dan bintang 1. Maxim terus mendapatkan beberapa keluhan dari pengguna, berikut adalah persentase tingkat kepuasan pengguna aplikasi Maxim diambil dari 100 orang dalam 6 bulan terakhir.



Gambar 1.4 Ulasan pengguna

Sumber: Goole Playstore

Pada ulasan pengguna Maxim dapat dilihat bahwa keluhan yang paling banyak ditemui yaitu titik penjemputan tidak sesuai dengan alamat yang sudah

dicantumkan di aplikasi kemudian kendaraan yang digunakan sering tidak sesuai SOP dan tidak jarang beda plat motor di aplikasi dengan yang datang menjemput customer, Masalah ini dapat menyebabkan hilangnya loyalitas di antara para pelanggan Maxim, yang mengindikasikan bahwa tujuan perusahaan guna meningkatkan kenyamanan konsumen saat bertransportasi melalui aplikasi Maxim tidak berjalan dengan baik. Mengacuhkan persoalan ini akan memberikan dampak pada daya tarik aplikasi di kalangan masyarakat luas.

Dari diagram di atas terlihat jelas bahwa banyak pengguna aplikasi Maxim yang merasa sangat kecewa akan aplikasi tersebut. Ada beberapa keluhan yang kurang baik di Google Playstore tentang kepercayaan pengemudi Maxim dalam menjalankan tugas mereka. Sebab itu, Maxim wajib waspada dan tidak merekrut pengemudi secara sembarangan guna menjaga kepercayaan dan kualitas perusahaan secara keseluruhan.

Dilihat dari data layanan transportasi online paling aman di Indonesia, bahwa E-Service Quality dapat mempengaruhi Brand Trust dari sebuah perusahaan tersebut yang menunjang reputasi perusahaan meningkat pesat sehingga nantinya akan menghasilkan rasa puas pada konsumen. Oleh karena itu masalah yang dialami Maxim ada kaitannya dengan E-Service Quality dan Brand Trust dimana kedua hal ini menjadi faktor utama untuk meningkatkan E-Satisfaction dari para pengguna. Berdasarkan Pra-Survey yang dilakukan kepada 30 orang Mahasiswa Jurusan Manajemen angkatan 2020 yang terdiri dari 3 Program Studi yaitu Manajemen, Bisnis Digital, dan Kewirausahaan Ditemukan bahwa E-Service Quality dan Brand Trust pada aplikasi Maxim belum menunjukkan kepuasan dari para pengguna aplikasi tersebut.

Oleh karena itu mempengaruhi tingkat penggunaan berulang dalam jangka panjang aplikasi Maxim. E-Service Quality merupakan kunci dalam terwujudnya E-Satisfaction dan terbentuknya Brand Trust. Dengan adanya ketimpangan atau

kekurangan dalam penelitian terdahulu atau Pra-Survey aplikasi Maxim maka akan dilakukan penelitian di kalangan Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan dan akan diberi judul “**Pengaruh E-Service Quality Dan Brand Trust Terhadap E-Satisfaction Pada Aplikasi Maxim**”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan dapat diidentifikasi beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Maxim belum dapat menyaingi Jasa Transportsasi Online lainnya seperti, Grab dan Gojek
2. Tampilan Aplikasi yang kurang menarik dan sering terjadi bug atau eror
3. Masih sedikit nama-nama lokasi (titik jemput) yang terdaftar dan titik lokasi map tidak sesuai dengan apa yang ada di aplikasi maxim
4. Tidak ada Promo untuk pengguna tetap aplikasi Maxim dan Tarif yang berubah-ubah
5. Banyak Driver tidak menggunakan kendaraan sesuai SOP yang berlaku

1.3 Pembatasan Masalah

Penelitian ini fokus pada pengaruh E-Service Quality dan Brand Trust terhadap E-Satisfaction pada aplikasi Maxim yang bertujuan untuk memahami bagaimana kedua variabel X_1 dan X_2 tersebut mempengaruhi Y pada pelanggan Maxim di kalangan mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan judul penelitian, maka permasalahan yang ada dapat dijelaskan dengan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah E-Service Quality berpengaruh signifikan terhadap E-Satisfaction pada aplikasi Maxim?
2. Apakah Brand Trust berpengaruh signifikan terhadap E-Satisfaction pada aplikasi Maxim?
3. Apakah E-Service Quality dan Brand Trust berpengaruh secara signifikan terhadap E-Satisfaction pada aplikasi Maxim untuk bersaing dengan aplikasi ojek online lainnya?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan Rumusan masalah dapat kita lihat Tujuan dari penelitian ini, yaitu:

1. Untuk menganalisis pengaruh E-Service Quality terhadap E-Satisfaction pada aplikasi Maxim.
2. Untuk menganalisis pengaruh Brand Trust terhadap E-Satisfaction pada aplikasi Maxim.
3. Untuk mengetahui pengaruh antara E-Service Quality dan Brand Trust secara bersama-sama terhadap E-Satisfaction pada aplikasi Maxim guna meningkatkan daya saing dengan Aplikasi Ojek Online lainnya.

1.6 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Mahasiswa : Penelitian ini memberikan berkontribusi terhadap pengembangan teori di bidang e-service quality, brand trust, dan e-

satisfaction serta menjadikan Penelitian ini sebagai referensi penting bagi para peneliti yang tertarik pada penelitian serupa.

2. Bagi Peneliti : Sebagai salah satu persyaratan untuk jenjang program skripsi S1 Bisnis Digital pada Universitas Negeri Medan serta Tujuan dari lokasi ini adalah untuk menggunakan teori-teori yang dipelajari di perkuliahan dan memperluas keahlian peneliti di bidang Digital Marketing, khususnya di bidang kualitas layanan elektronik, kepercayaan merek, dan kepuasan elektronik.
3. Bagi Perusahaan : Hasil penelitian ini dapat memberikan panduan praktis bagi perusahaan perjalanan online, khususnya aplikasi Maxim. Dalam meningkatkan kualitas layanan mereka dan membangun kepercayaan pelanggan, dengan tujuan meningkatkan kepuasan pelanggan.

THE
Character Building
UNIVERSITY