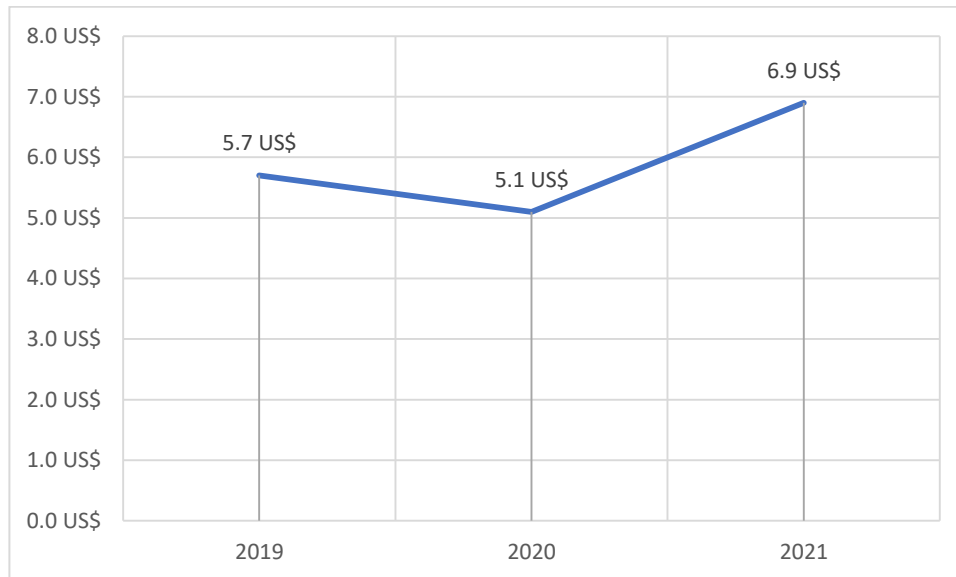


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pesatnya perkembangan jasa transportasi didukung oleh kebutuhan masyarakat yang menggunakan transportasi untuk menunjang kehidupan sehari-hari. Karena kebutuhan akan efisiensi waktu perjalanan, masyarakat sangat bergantung pada transportasi. Hal ini menjadi peluang bagi penyedia jasa transportasi umum untuk menginovasi layanan yang akan disediakan untuk masyarakat dengan perkembangan teknologi saat ini terdapat berbagai macam aplikasi yang mempermudah konsumen dalam mobilitas mereka seperti transportasi online. Transportasi online di Indonesia terus berkembang, hal tersebut terlihat dari Gambar 1.1 Grafik Nilai Gross Merchandise Value (GMV) Layanan Transportasi online yang merupakan nilai gunaan dari transportasi online.



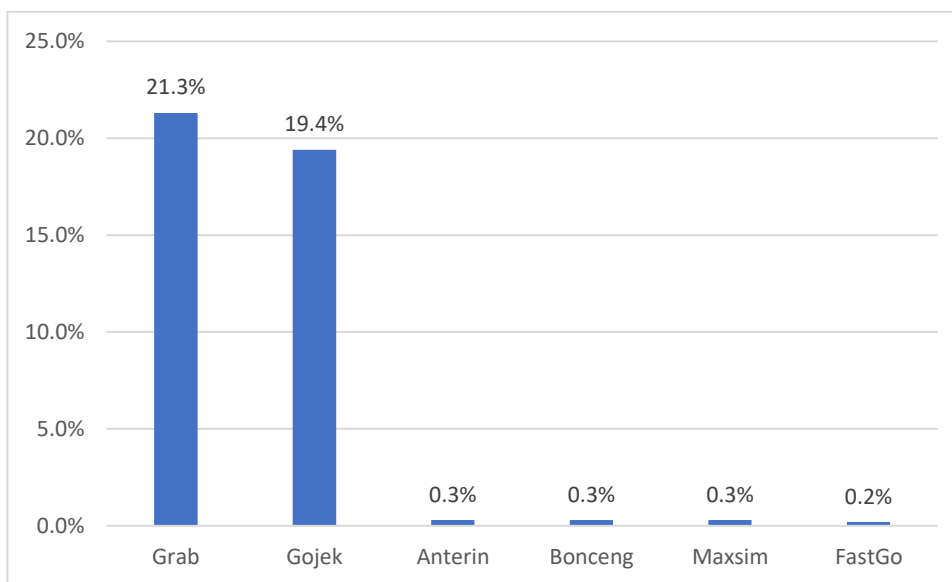
Sumber: <https://databoks.katadata.co.id>, 2021

Gambar 1.1
Grafik Nilai Gross Merchandise Value Layanan Transportasi Online

Berdasarkan gambar 1.1 grafik nilai *gross merchandise value* (GMV) layanan transportasi online, menjelaskan bahwa nilai *gross merchandise value* (GMV) Layanan Transportasi

online meningkat di tahun 2021 sebesar 6,9 US\$, tingginya tersebut menunjukkan potensi yang besar pada jasa transportasi online di Indonesia. Di Indonesia terdapat berbagai macam jasa transportasi online, adapun jasa transportasi online terbaik yang ada di Indonesia adalah Gojek, Grab, Maximm, KO-JEK, Anterin, Get Indonesia, Nujek (Hallogsm, 2021).

Maxim adalah salah satu aplikasi transportasi online terbaik di Indonesia yang merupakan perusahaan asal Rusia yang sudah berdiri sejak tahun 2003. Sejarah perusahaan itu dimulai dari sebuah layanan aplikasi taksi di kota Chardinsk yang terletak di Pegunungan Ural, Rusia. Maxim telah membuka cabang di Indonesia pada 2018 yang juga menawarkan kerjasama bagi masyarakat Indonesia yang ingin bergabung menjadi mitra Maxim dalam artian ikut serta mengelola bisnis layanan transportasi online itu. Adapun data jasa transportasi online yang paling sering digunakan oleh masyarakat Indonesia, dapat dilihat melalui gambar 1.2 grafik layanan transportasi online paling populer di masyarakat Indonesia.



Sumber: <https://databoks.katadata.co.id>, 2021

Gambar 1.2

Grafik Layanan Transportasi Online Paling Populer Di Masyarakat Indonesia

Berdasarkan gambar 1.2 grafik layanan transportasi online paling populer di masyarakat Indonesia, menjelaskan bahwa Grab menjadi layanan transportasi online paling sering digunakan oleh masyarakat Indonesia sebesar 21,3%. Maxim sendiri memiliki persentase 0,3% sebagai layanan transportasi online paling sering digunakan oleh masyarakat Indonesia, persentase tersebut berbeda jauh dibandingkan pesaing transportasi online lainnya, oleh karena itu Maxim harus menentukan strategi pemasaran yang tepat jika ingin memenangkan pasar transportasi online salah satunya dengan memperhatikan tingkat kepuasan dari konsumen. Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terkait aplikasi Maxim, peneliti melakukan pra survei kepada 30 responden, berikut ini tabel hasil pra survei tingkat kepuasan konsumen pada aplikasi Maxim.



Sumber: hasil pra survey, 2021

Gambar 1.3

Hasil Pra Survei Kualitas layanan Pada Aplikasi Maxim

Berdasarkan gambar 1.3 hasil pra survei tingkat kepuasan konsumen pada aplikasi Maxim, menjelaskan bahwa konsumen yang merasakan layanan yang diberikan Aplikasi Maxim baik sebesar 40% atau 12 responden dan konsumen yang merasakan layanan yang diberikan Aplikasi Maxim tidak baik sebesar 60% atau 18 responden. Hasil tersebut menunjukkan bahwa konsumen masih belum puas dengan layanan yang telah diberikan oleh Aplikasi Maxim kepada konsumen, untuk itu sangat penting meningkatkan kepuasan konsumen,

dikarenakan konsumen yang merasakan ketidakpuasan akan menentukan keputusan konsumen yang akan datang seperti tidak berminat menggunakan aplikasi, tidak loyal terhadap aplikasi tersebut bahkan tidak merekomendasikan kepada orang lain. Rahmad dan Sabri (2020) menyatakan bahwa kepuasan merupakan sesuatu hal yang dirasakan dengan persepsi mereka masing-masing saat mereka melakukan transaksi atau setelah melakukan transaksi dengan produsen atau pihak penyedia layanan.

Salah satu strategi bisnis di industri transportasi online yang digunakan untuk dapat meningkatkan kepuasan konsumen adalah dengan kualitas pelayanan. Kepuasan konsumen akan tercipta jika kualitas pelayanan yang diberikan oleh penyedia layanan dapat sesuai dengan kebutuhan dan harapan konsumen. Kualitas pelayanan merupakan faktor utama dalam menentukan kepuasan konsumen dalam industri transportasi online. Kualitas layanan berupa bentuk penilaian atas layanan jasa transportasi online, semakin baik yang diberikan maka semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen pada layanan jasa transportasi online, namun sebaliknya semakin buruk kualitas layanan yang diberikan maka semakin rendah tingkat kepuasan konsumen pada layanan jasa transportasi online. Sampurno dan Sharif (2020) menyatakan bahwa kualitas pelayanan yaitu memberikan kesempurnaan pelayanan yang dilakukan oleh penyedia layanan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Ramadhanti dan Marlina (2021) menyatakan bahwa kualitas layanan merupakan serangkaian kegiatan yang ditawarkan kepada konsumen sudah sesuai standar, antara lain lebih efektif, lebih efisien, cepat, baik, tepat, akurat, serta ramah, sesuai asumsi konsumen.

Perusahaan yang bergerak di industri transportasi online perlu membangun sistem manajemen kualitas pelayanan untuk mengidentifikasi kemungkinan kesenjangan dan dampaknya terhadap kepuasan pelanggan, melalui pemahaman tersebut diharapkan perusahaan jasa dapat mengetahui permintaan konsumen dan meningkatkan kepuasan konsumen. Oleh sebab itu perusahaan harus mengetahui seberapa besar tingkat kualitas pelayanan pada setiap atribut yang ditawarkan, sehingga perlu dilakukan evaluasi pada atribut-atribut yang ditawarkan. Sampurno dan Sharif (2020) menyatakan bahwa indikator yang dapat mengukur jasa transportasi antara lain *availability*, *access*, *information*, *time*,

customer service, comfort, safety dan *environment*. Terdapat beberapa cara untuk mengukur tentang kualitas pelayanan, salah satu cara untuk mengukur kualitas pelayanan adalah dengan menerapkan metode *Importance Performance Analysis* (Analisis Kepentingan dan Kinerja). Metode analisis yang digunakan adalah analisis kuadran. Analisis kuadran ini digunakan untuk mengetahui respon konsumen terhadap atribut yang diplotkan berdasarkan tingkat kepentingan dan kinerja dari masing-masing atribut tersebut. Berdasarkan analisis kuadran ini selanjutnya dapat dilihat letak dari masing-masing variabel berada pada kuadran yang berbedabeda, sehingga dapat diketahui variabel apa saja yang perlu ditingkatkan dan mendapatkan perhatian lebih.

Selain metode *Importance Performance Analysis* (IPA), metode lain yang dapat mendukung perbaikan atribut adalah metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen. Metode ini memiliki beberapa keunggulan antara lain efisiensi (tidak hanya indeks kepuasan tetapi sekaligus memperoleh informasi yang berhubungan dengan dimensi/atribut yang perlu diperbaiki), mudah digunakan dan sederhana serta menggunakan skala yang memiliki sensitivitas dan reliabilitas cukup tinggi. Tingkat kepuasan pelanggan tersebut dapat diukur dengan suatu metode yang dinamakan *Customer Satisfaction Index* (CSI). Disini Penulis ingin mencoba mengukur kualitas pelayanan dan juga mengalisa apa sajakah yang menjadi prioritas utama dalam perbaikan kualitas yang diberikan oleh aplikasi Maxim, oleh karena itu dengan menggunakan perhitungan penerapan metode IPA (*Importance Performance Analysis*) dan metode CSI (*Customer Satisfaction Index*), sehingga akan diketahui tingkat kepuasan konsumen pada aplikasi Maxim terhadap kualitas pelayanan dan atribut apa saja yang diprioritaskan untuk diperbaiki.

Disini Penulis ingin mencoba mengukur kualitas pelayanan dan juga mengalisa apa sajakah yang menjadi prioritas utama dalam perbaikan kualitas yang diberikan oleh Aplikasi Maxim, oleh karena itu dengan menggunakan perhitungan penerapan metode IPA (*Importance Performance Analysis*) dan metode CSI (*Customer Satisfaction Index*), sehingga akan diketahui atribut kualitas pelayanan apa saja yang diprioritaskan untuk diperbaiki serta kepuasan konsumen. Berdasarkan pembahasan di atas maka penting untuk meneliti lebih jauh mengenai **“ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN**

KONSUMEN PADA APLIKASI MAXIM DI INDONESIA MENGGUNAKAN METODE IPA DAN CSI”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan dalam latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen pada aplikasi Maxim?
2. Atribut-atribut kualitas pelayanan apa saja yang perlu dipertahankan, diperbaiki dan dikurangi intensitasnya untuk meningkatkan kualitas pelayanan aplikasi Maxim?

1.3 Ruang Lingkup Penelitian

1.3.1 Ruang Lingkup Subjek

Subjek dalam penelitian ini adalah pengguna aplikasi Maxim.

1.3.2 Ruang Lingkup Objek

Ruang lingkup objek penelitian ini adalah analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

1.3.3 Ruang Lingkup Tempat

Ruang Lingkup Tempat yang digunakan dalam penelitian ini adalah Indonesia.

Ruang Lingkup Waktu

Ruang lingkup waktu yang ditentukan pada penelitian ini adalah waktu yang berdasarkan kebutuhan penelitian yang dilaksanakan pada bulan Oktober 2021 sampai selesai.

1.3.4 Ruang Lingkup Ilmu Pengetahuan

Ruang lingkup ilmu pengetahuan adalah Manajemen Pemasaran yang meliputi teori kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen.

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh gambaran mengenai permasalahan yang ada pada aplikasi Maxim. Sesuai dengan masalah yang telah dirumuskan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui hasil analisis kepuasan konsumen pada aplikasi Maxim.
2. Untuk mengetahui atribut-atribut kualitas pelayanan apa saja yang perlu dipertahankan, diperbaiki dan dikurangi intensitasnya untuk meningkatkan kualitas pelayanan aplikasi Maxim.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Bagi Peneliti

Penelitian ini dilakukan untuk mengimplementasikan ilmu dan pengetahuan yang diperoleh selama perkuliahan terutama dibidang pemasaran khususnya mengenai kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen.

1.5.2 Bagi Institusi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan bahan kajian yang dijadikan referensi bagi pembaca dan peneliti lain yang melakukan penelitian dengan jenis pembahasan yang sama.

1.5.3 Bagi Perusahaan

Mampu memberikan implikasi bagi para pengelola di perusahaan yang nantinya akan dijadikan strategi pemasaran dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen sehingga dapat meningkatkan keuntungan perusahaan.

1.6 Sistem Penulisan

Adapun sistematika penulisan laporan penelitian ini adalah sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan

Bab ini menjelaskan latar belakang masalah yang ada dalam perusahaan dan dirumuskan dalam perumusan masalah. ruang lingkup dari penelitian. tujuan penelitian. manfaat dari penelitian dan sistematika dari penelitian.

Bab II Landasan Teori

Bab ini menguraikan landasan teori dan tinjauan empiris yang relevan dengan permasalahan yang diteliti berdasarkan kerangka pikir dan hipotesis.

Bab III Metode Penelitian

Bab ini berisikan tentang metode yang akan digunakan dalam penelitian. populasi dan sampel. sumber data. variabel penelitian. operasional variable. teknik analisis data. uji persyaratan instrument. metode analisis data. teknik analisis data. dan pengujian hipotesis.

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Dalam bab ini hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan peneliti dengan berpedoman pada teori dan metode yang dikemukakan pada Bab II dan III.

Bab V Simpulan dan Saran

Bab ini berisikan simpulan dan saran yang berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada Bab IV.

Daftar Pustaka**Lampiran**