

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pesatnya pertumbuhan jasa transportasi sejalan dengan kebutuhan masyarakat yang menggunakan transportasi untuk menunjang kehidupan sehari-hari. Masyarakat sangat bergantung pada transportasi karena kebutuhan akan efisiensi waktu perjalanan. Hal ini menjadi peluang bagi penyedia jasa transportasi untuk berinovasi dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat. Dengan perkembangan teknologi saat ini, terdapat berbagai aplikasi yang memudahkan konsumen untuk mempermudah segala aktivitas yaitu, seperti transportasi online. Pengguna layanan transportasi online di Indonesia sudah mencapai 21,7 juta pengguna (CNBCIndonesia, 2021). Meningkatnya pengguna transportasi online di Indonesia menyebabkan semakin ketat persaingan diantara perusahaan yang bergerak di industri transportasi online, di Indonesia terdapat berbagai macam jasa transportasi online, adapun jasa transportasi online terbaik yang ada di Indonesia, dapat dilihat melalui tabel 1.1 daftar transportasi online terbaik di Indonesia.

**Tabel 1.1**

**Daftar Transportasi Online Terbaik Di Indonesia**

No	Dafat Transportasi Online
1	Gojek
2	Grab
3	Maxim
4	InDriver
5	Anterin
6	Asia Trans
7	OKEJEK
8	Bonceng
9	Tekno
10	Nujek
11	SheJek
12	Kang Ojek
13	Indo-Jek
14	Draiv
15	OjekBro

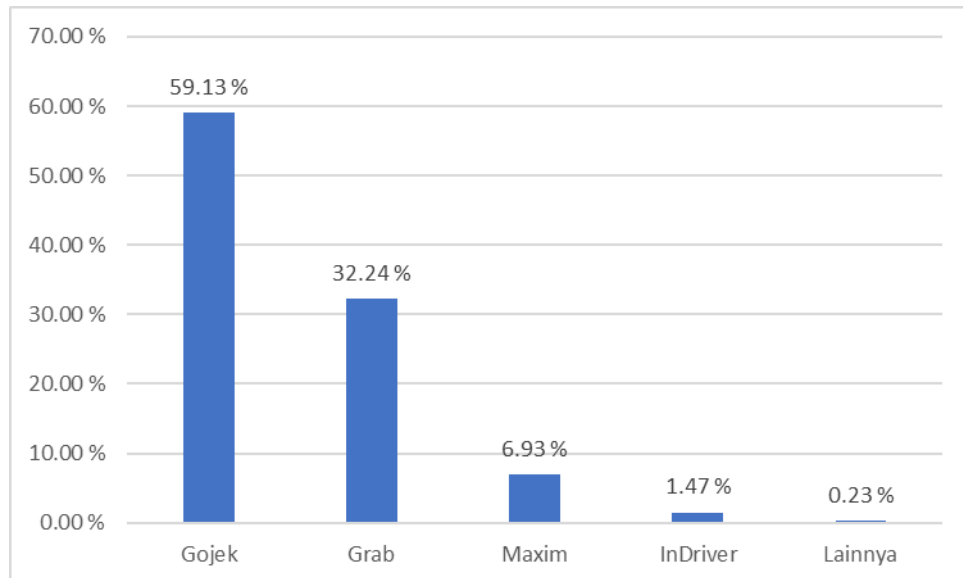
Sumber: <https://carisinyal.com/aplikasi-ojek-online/2/>, 2022

Berdasarkan tabel 1.1 daftar transportasi online terbaik di Indonesia, menjelaskan terdapat 15 daftar nama transportasi online terbaik di Indonesia, yaitu Gojek, Grab, Maxim, InDriver, Anterin, Asia Trans, OKEJEK, Bonceng, Tekno, Nujek, SheJek, Kang Ojek, Indo-Jek, Draiv dan OjekBro. Transportasi online tersebut direkomendasikan untuk dapat digunakan dalam berbagai aktivitas kebutuhan ojek dan taksi online, layanan sebagai kurir pengantar barang, membelikan makanan atau keperluan lainnya.

Gojek beroperasi di 167 kota di Indonesia terutama Jakarta. Grab beroperasi di beroperasi di 125 kota di Indonesia terutama Jakarta. Maxim beroperasi di Jakarta, Banda Aceh, Bandar Lampung, Banjarmasin, Batam, Jambi, Pekanbaru, Pontianak, Samarinda, Singkawang, Surakarta, Yogyakarta, Bali, Solo dan Balikpapan. InDrive beroperasi di Medan, Bandung, Surabaya dan Jakarta. Anterin beroperasi di Jabodetabek, Bandung, Yogyakarta, Malang, Surabaya, Semarang, Banjarmasin, Pontianak, Purwakarta, Medan, Palembang dan Magelang. Asia Trans beroperasi di Palembang, Samarinda, Padang, Makassar dan Jakarta. OKEJEK beroperasi di 125 kota di Indonesia terutama Jakarta. Bonceng beroperasi di Jabotabek dan labuhan bajo. Tekno beroperasi di Jakarta. Nujek beroperasi di Surabaya, Jombang, Sidoarjo, Lumajang, Probolinggo, Gresik dan Malang. SheJek beroperasi di Bandung. Kang Ojek beroperasi di Lubuk Linggau. Indo-Jek beroperasi di Sarolangun. Draiv beroperasi di Sulawesi. OjekBro beroperasi di Pontianak.

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

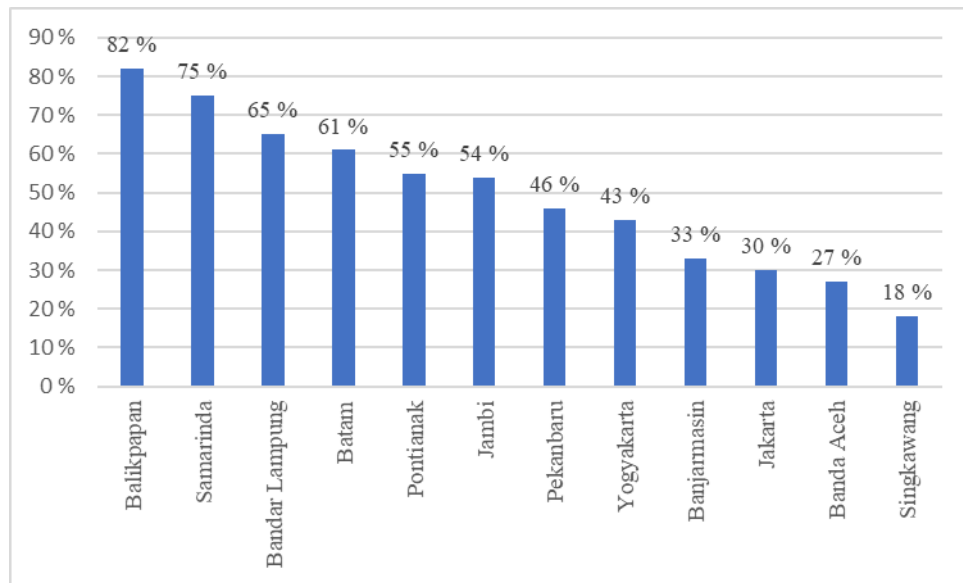
Indonesia. Berikut in gambar 1.2 persentase jasa transportasi online paling di Indonesia.



Sumber: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/10/11/survei-publik-jabodetabek-paling-sering-pakai-gojek-bagaimana-grab-maxim-dan-indriver> ,2022

### **Gambar 1.1 Persentase Jasa Transportasi Online Di Indonesia**

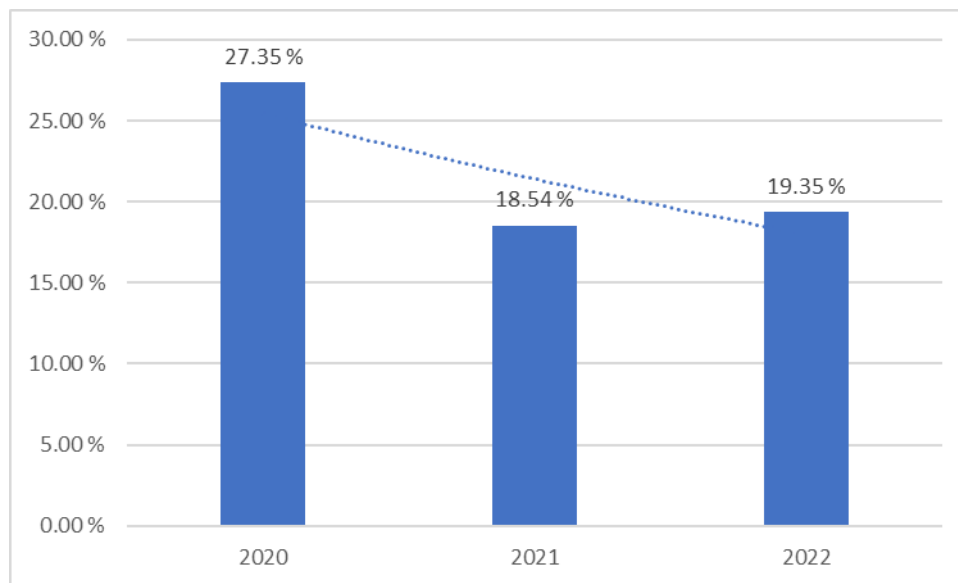
Berikut in gambar 1.1 persentase jasa transportasi online di Indonesia, Maxim berada diposisi 3 dengan persentase 6,93%. Data tersebut menunjukkan bahwa rendahnya persentase yang dimiliki Maxim dibandingkan kompetitor mengindikasikan bahwa konsumen kurang berminat menggunakan aplikasi Maxim sebagai aplikasi transportasi online. Di Indonesia, Maxim sudah merambah beberapa kota di antaranya, Jakarta, Banda Aceh, Bandar Lampung, Banjarmasin, Batam, Jambi, Pekanbaru, Pontianak, Samarinda, Singkawang, Yogyakarta, dan Balikpapan. Berikut ini gambar 1.3 persentase Maxim berdasarkan Kota



Sumber: <https://trends.google.co.id/trends/explore?q=maxim&geo=ID>, 2022

**Gambar 1.2 Persentase Maxim Berdasarkan Kota**

Berikut ini gambar 1.2 persentase Maxim berdasarkan kota, menjelaskan bahwa Bandar Lampung memiliki persentase yang terbilang tinggi dibandingkan kota lainnya berada diposisi ketiga sebesar 65%. Hal ini menunjukkan bahwa Bandar Lampung merupakan salah satu kota yang memiliki potensi untuk layanan Aplikasi Maxim. Di Bandar Lampung sendiri Maxim baru beroperasi sejak Juni 2019. Peneliti melakukan pra survei kepada 30 responden, terkait pilihan jasa transportasi online sering digunakan oleh masyarakat Bandar Lampung. Berikut hasil tabel 1.2 pra survei pilihan jasa transportasi online sering digunakan oleh masyarakat Bandar Lampung.



Sumber: <https://trends.google.co.id/trends/explore?q=maxim&geo=ID>, 2022

**Gambar 1.3 Persentase Minat Pengguna Pada Maxim  
Di Kota Bandar Lampung**

Berdasarkan tabel 1.3, tersebut, menunjukkan bahwa persentase pengguna Maxim di Bandar Lampung cenderung mengalami penurunan, selanjutnya, peneliti melakukan pra survei kepada 30 responden untuk mengetahui minat pengguna pada aplikasi Maxim. Berikut ini tabel 1.2 hasil pra survei minat menggunakan aplikasi Maxim.

**Tabel 1.2 Hasil Pra Survei Minat Menggunakan Aplikasi Maxim**

Indikator	Pernyataan	Jumlah		Persentase	
		Ya	Tidak	Ya	Tidak
Minat Transaksional	Apakah anda, tertarik menggunakan layanan transportasi aplikasi Maxim ?	12	18	40.0%	60.0%
Minat Refensial	Apakah anda, bersedia mereferensikan layanan transportasi aplikasi Maxim kepada orang lain ?	11	19	36.7%	63.3%
Minat Prefensial	Apakah anda, menjadikan aplikasi Maxim pilihan pertama sebagai transportasi online ?	13	17	43.3%	56.7%
Minta Eksploratif	Apakah anda, tertarik mencari informasi mengenai layanan transportasi aplikasi Maxim ?	15	15	50.0%	50.0%
Rata-Rata		13	17	42.5%	57.5%

Sumber: hasil Pra survei, 2022

Tabel 1.2 diatas, menjelaskan bahwa rata-rata responden menjawab tidak berminat sebanyak 17 atau 57,5%, sedangkan rata-rata responden menjawab berminat sebanyak 13 atau 42,5%. Pertanyaan yang memiliki nilai tidak berminat tertinggi terdapat pada pertanyaan 2, yaitu responden tidak bersedia mereferensikan layanan transportasi aplikasi Maxim kepada orang lain Hal ini menunjukkan bahwa tingkat minat menggunakan aplikasi Maxim tergolong rendah. Harli, Mutasowifin, dan Andrianto (2021) menyatakan bahwa minat beli merupakan timbulnya aktivitas psikis berupa rangsangan dan pikiran terhadap suatu produk baik barang ataupun jasa yang diinginkan. Setyani dan Azhari (2021) menyatakan bahwa minat beli merupakan kecenderungan konsumen untuk membeli suatu merek atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan pembelian yang diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen melakukan pembelian

Minat menggunakan pada aplikasi merupakan hal yang sangat penting untuk mendapatkan pangsa pasar dan meningkatkan jumlah pengguna. Bisnis atau perusahaan tidak hanya dapat mengandalkan pengguna yang berlangganan, tetapi juga harus terus dapat memperoleh pengguna baru. Oleh karena itu, perusahaan harus memahami bagaimana memotivasi konsumen untuk menggunakan aplikasi tersebut. Mulyandi (2022) menyatakan bahwa minat beli merupakan bagian integral dari perilaku manusia dalam sikap konsumsi. Preferensi pembelian konsumen adalah tahap di mana konsumen membentuk pilihan mereka dari beberapa merek yang digabungkan menjadi satu set pilihan, dan akhirnya melakukan pembelian pada produk alternatif Preferensi atau proses dimana konsumen berpindah untuk membeli barang atau jasa pada pertimbangan yang berbeda. Adapun faktor yang diduga dapat mempengaruhi minat menggunakan aplikasi adalah *online customer rating* dan *online customer review*. Penelitian Umar dan Akhfar (2021) menyatakan bahwa bahwa penggunaan *online customer rating* berpengaruh terhadap minat beli konsumen secara online dan Setyani dan Azhari (2021) menyatakan bahwa bahwa *online customer review* berpengaruh terhadap minat beli konsumen.

Riyanjaya dan Andarini (2022) menyatakan bahwa *online customer rating* adalah suatu bentuk pendapat konsumen dalam kisaran tertentu, yang mana penilaian tersebut diberikan dalam bentuk skala bintang, ini menunjukkan peringkat penjualan yang semakin baik. Depari dan Ginting (2022) menyatakan bahwa *online customer review* adalah bentuk dari *word of mouth* dalam transaksi online, yang berisi evaluasi dan penilaian dari pelanggan terhadap suatu produk layanan yang dapat berupa ulasan positif atau negatif. Pangsa pasar aplikasi Maxim dikatakan rendah karena pasar transportasi online sudah dikuasi oleh Gojek dan Grab, dikarenakan kan ada hubungannya terkait online review dan online customer rating dengan minat seseorang menggunakan menggunakan aplikasi transportasi online

*Online customer rating* yang selalu ada pada setiap aplikasi jasa transportasi online juga dianggap memiliki pengaruh terhadap minat calon pengguna. Jika *review* menggunakan kalimat narasi untuk menjelaskan keadaan aplikasi, maka *rating* sebagai acuan nilai dalam suatu produk itu. Jika nilai baik maka peluang calon pengguna untuk menggunakan aplikasi jasa transportasi online akan semakin tinggi, begitu pula sebaliknya. Mulyandi (2022) menyatakan bahwa *online customer rating* adalah pendapat pelanggan pada skala tertentu dan merupakan tipe yang lain dari opini yang diberikan oleh banyak orang yang menjadi evaluasi rata-rata dari para pembeli yang sudah pernah membeli produk ataupun service penjual. Berikut ini tabel 1.3 *rating* aplikasi transportasi online.

**Tabel 1.3**

***Rating Aplikasi Transportasi Online***

<b>No</b>	<b>Nama Aplikasi Transportasi Online</b>	<b>Jumlah Ulasan Rating</b>	<b>Rating</b>
1	Grab	10,5 Juta	4,8
2	Gojek	5.24 Juta	4,7
3	Maxim	3,18 Juta	4,8

Sumber: GooglePlayStore, 2022

Tabel 1.3 *rating* aplikasi transportasi online, diatas menjelaskan bahwa rating dari aplikasi Maxim sebesar 4,8 dan jumlah ulasan *rating* sebanyak 3,18 juta, berada diposisi ketiga. Hal ini menunjukkan bahwa *rating* yang dimiliki aplikasi Maxim dapat dikatakan cukup baik, namun jumlah ulasan *rating* yang tergolong rendah dapat menjadi pertimbangan pengguna untuk menggunakan layanan transpotasi online pada aplikasi Maxim.

*Online customer review* seringkali dapat membentuk persepsi pengguna. Jika *review* yang diberikan pengguna positif maka akan menimbulkan persepsi positif kepada calon pengguna yang belum pernah menggunakan produk akan lebih berminat menggunakan aplikasi jasa transportasi online tersebut, Sebaliknya jika *review* yang diberikan pengguna bersifat negatif juga dapat menimbulkan persepsi negatif oleh pengguna, sehingga berdampak pada kurang minatnya calon pengguna untuk menggunakan aplikasi jasa transportasi online. Purwanto (2019) menyatakan bahwa *online customer review* adalah salah satu media untuk konsumen dapat mengetahui *review* baik berupa kritik, saran maupun semua hal yang ingin disampaikan mengenai produk atau jasa yang telah dan akan dikonsumsi, dari informasi tersebut dapat digunakan untuk konsumen lain dalam mencari informasi. Berikut ini tabel 1.4 daftar ulasan aplikasi Maxim

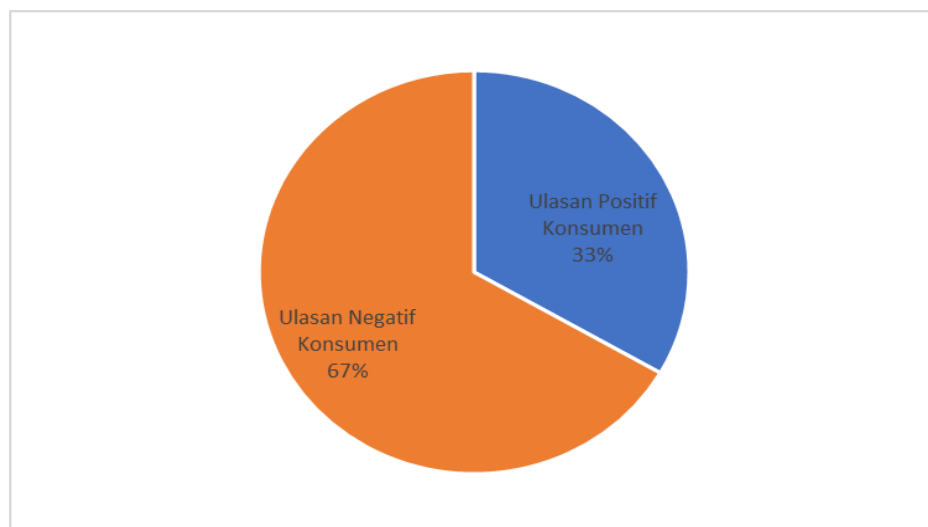
**Tabel 1.4**  
**Daftar Ulasan Aplikasi Maxim**

No	Ulasan Aplikasi Maxim
1	Lokasi tidak akurat
2	Proses pemesanan lama
3	Sulit input lokasi jemput dan antar
4	Aplikasi lamban
5	Proses pemesanan lama
6	Kesulitan registrasi
7	Aplikasi Sering Error
8	Tidak ada respon dari Driver
9	Maps diaplikasi tidak bergerak
10	Sulit mencari Driver

Sumber: Hasil Pra Survei 2022



Tabel 1.5 daftar ulasan aplikasi Maxim, menjelaskan bahwa masih banyak *online customer review* yang negatif. hal tersebut akan sangat menjadi pertimbangan calon pengguna untuk menggunakan layanan transportasi online pada aplikasi Maxim. Berikut ini diagram hasil persentase pra survei hasil ulasan konsumen baik positif maupun negatif terkait transportasi online pada aplikasi Maxim.



Sumber: Hasil Pra Survei 2022

**Gambar 1.4 Diagram Persentase Pra Survei Hasil Ulasan Konsumen Baik Positif Mauapun Negatif Terkait Transportasi Online Pada Aplikasi Maxim**

Berdasarkan gambar 1.4 tersebut, menjelaskan bahwa konsumen yang melakukan ulasan negatif sebanyak 20 responden atau 67%, sedangkan konsumen yang melakukan ulasan positif sebanyak 10 responden atau 33%. Hal ini ulasan negatif memiliki persentasi yang besar dibandingkan ulasan positif, tentunya hasil tersebut akan berdampak minat konsumen dalam menggunakan transportasi online pada aplikasi Maxim. Berdasarkan latar belakang permasalahan tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berkaitan dengan aplikasi Maxim dengan judul **“Pengaruh *Online Customer Rating* Dan *Online Customer Review* Terhadap Minat Menggunakan Transportasi Online Maxim”**

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan dan uraian pada latar belakang diatas , maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah :

1. Apakah *online customer rating* berpengaruh terhadap minat menggunakan transportasi online Maxim?
2. Apakah *online customer review* berpengaruh terhadap minat menggunakan transportasi online Maxim?
3. Apakah *online customer rating* dan *online customer review* berpengaruh terhadap minat menggunakan transportasi online Maxim?

## 1.3 Ruang Lingkup Penelitian

### 1.3.1 Ruang Lingkup Subjek

Subjek dalam penelitian ini adalah pengguna aplikasi Maxim Bandar Lampung

### 1.3.2 Ruang Lingkup Objek

Ruang lingkup objek penelitian ini adalah *customer rating* dan *online customer review* dan minat

### 1.3.3 Ruang Lingkup Tempat

Ruang Lingkup Tempat yang digunakan dalam penelitian ini adalah Bandar Lampung

### 1.3.4 Ruang Lingkup Waktu

Ruang lingkup waktu yang ditentukan pada penelitian ini adalah waktu yang berdasarkan kebutuhan penelitian yang dilaksanakan pada bulan Oktober 2022 sampai selesai

### 1.3.5 Ruang Lingkup Ilmu Pengetahuan

Ruang lingkup ilmu pengetahuan adalah Manajemen Pemasaran yang meliputi *customer rating* dan *online customer review* dan minat menggunakan

## **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah, maka peneliti menetapkan tujuan penelitian yaitu.

1. Untuk mengetahui pengaruh *online customer rating* terhadap minat menggunakan transportasi online Maxim
2. Untuk mengetahui pengaruh *online customer review* terhadap minat menggunakan transportasi online Maxim
3. Untuk mengetahui pengaruh *online customer rating* dan *online customer review* terhadap minat menggunakan transportasi online 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 *customer rating* dan *online customer review* dan minat menggunakan

### **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 serta diharapkan dapat menambah wawasan bagi para mahasiswa/mahasiswi Institut Informatika Dan Bisnis Darmajaya, terutama bagi mahasiswa/mahasiswi yang mengambil konsentrasi pemasaran

### **1.5.3 Bagi Perusahaan**

Mampu memberikan implikasi bagi para pengelola di perusahaan yang nantinya akan dijadikan strategi pemasaran dalam meningkatkan minat menggunakan transportasi online Maxim

## **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 variabel, teknik analisis data, uji persyaratan instrumen, 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**