

ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN DAN KUALITAS PELAYANAN PADA PENGGUNA TRANSPORTASI ONLINE MAXIM

Liana¹, Yinna², Michael Chen³, Fany Rahmah⁴
^{1,2,3,4}Manajemen, STIE Eka Prasetya, Indonesia

Correspondence		
Email: lianaaaaa4@gmail.com	No. Telp:	
Submitted: 22 December 2023	Accepted: 30 December 2023	Published: 1 January 2024

Abstract

This research aims to determine customer satisfaction and the quality of consumer service when using online transportation service application, Maxim. This research is quantitative research by conducting a survey using a questionnaire research instrument. The data used is primary data obtained by distributing questionnaires online to Maxim users in the city of Medan using accidental sampling techniques to 30 respondents. The research results show that the majority of respondents are satisfied with Maxim's services. Most respondents felt their hopes and desires were met, would not hesitate to use Maxim again, and were willing to recommend it to others. Respondents also assessed that Maxim was quite punctual, safe and used a suitable vehicle.

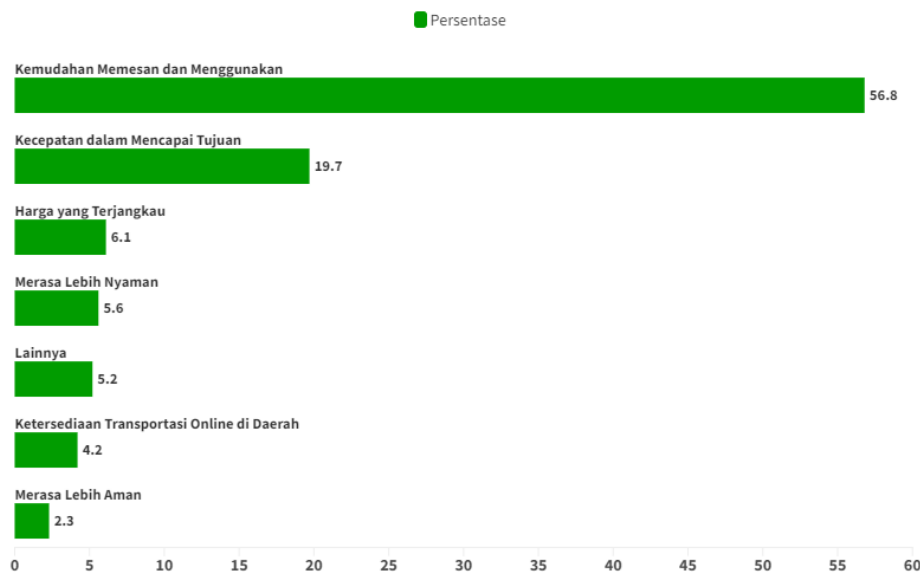
Keywords: Customer Satisfaction; Maxim; Online Transportation; Service Quality

PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan yang signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, salah satunya yaitu transportasi. Transportasi online telah menjadi salah satu alternatif transportasi yang banyak diminati oleh masyarakat, karena menawarkan kemudahan, kenyamanan, dan harga yang terjangkau. Transportasi online merupakan layanan transportasi yang memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi untuk mempertemukan penyedia jasa transportasi (driver) dengan pengguna jasa transportasi (pelanggan). Layanan ini menawarkan berbagai kemudahan bagi penggunanya, seperti pemesanan yang mudah, ketersediaan armada yang luas, dan harga yang terjangkau. Transportasi online juga telah berkembang pesat di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir. Hal ini didorong oleh berbagai faktor, seperti meningkatnya penggunaan smartphone, kemudahan akses internet, dan meningkatnya kebutuhan masyarakat akan transportasi yang mudah, nyaman, dan terjangkau. Berdasarkan hasil Survei Goodstats Juni 2023, sebanyak 56,8% responden memilih menggunakan transportasi online karena kemudahan memesan dan menggunakan.

Alasan Memilih Transportasi Online Dibandingkan Transportasi Lain

Berdasarkan Survei Goodstats Juni 2023



Sumber: Goodstats

GoodStats

Sumber: Goodstats (2023)

Transportasi online memiliki peluang yang besar untuk berkembang di Indonesia. Hal ini didukung oleh beberapa faktor, seperti pertumbuhan penduduk, meningkatnya urbanisasi, dan meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya transportasi yang nyaman dan terjangkau. Namun, perusahaan jasa transportasi online juga menghadapi beberapa tantangan, seperti persaingan yang ketat dari berbagai perusahaan transportasi online, regulasi yang belum jelas, dan potensi terjadinya kecelakaan. Salah satu layanan transportasi online yang populer di Indonesia adalah Maxim. Maxim merupakan layanan transportasi online yang berasal dari Rusia. Layanan ini mulai beroperasi di Indonesia pada tahun 2018 dan telah berkembang pesat di berbagai kota di Indonesia. Layanan ini menawarkan berbagai kemudahan dan keuntungan bagi penggunaannya, seperti biaya yang terjangkau, ketersediaan armada yang luas, dan kemudahan pemesanan melalui aplikasi. Maxim juga menawarkan berbagai layanan transportasi, mulai dari mobil, motor, hingga pengiriman barang dengan mobil box.

Maxim didirikan di kota Chadrinsk di Pegunungan Ural. Perusahaan ini didirikan oleh para insinyur muda dari kota Kurgan, yang berspesialisasi dalam produksi teknis dan proses otomatis. Para pendiri bekerja sebagai supir taksi di mobil mereka sendiri dengan supir yang diundang. Mereka ingin menyelesaikan pekerjaan secara otomatis pada pesanan sebanyak mungkin, menjadikan layanan ini sebagai pasar yang sangat besar. (Astuti et al., 2021)

Pengguna Maxim pada tahun 2018 hingga tahun 2019 menunjukkan angka dibawah 500.000 pengguna. Kenaikan grafik ditunjukkan pada tahun 2020 yaitu mencapai 2.000.000 pengguna. Namun, dengan kenaikan pengguna ini tidak menjamin Maxim memiliki pelanggan yang setia. Maxim masih memiliki banyak kekurangan yang harus diperhatikan dan juga diperbaiki. Pelanggan tentunya dapat menilai dari segi kualitas layanan yang optimal, fasilitas yang memadai dan juga citra merek positif agar tercipta suatu kepuasan pelanggan dan ikatan yang baik antara pelanggan dengan perusahaan sehingga tercipta pelanggan yang loyal. (Sarah et al., 2023)

Kepuasan pelanggan merupakan hal yang penting bagi setiap perusahaan, termasuk perusahaan jasa transportasi online. Kepuasan pelanggan dapat diartikan sebagai tingkat perasaan senang atau puas yang dialami oleh pelanggan setelah menggunakan suatu produk atau jasa. Kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, salah satunya adalah kualitas layanan. Tjiptono & Diana, (2019) Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang didapatkan seseorang dari membandingkan antara kinerja dan produk yang dipersepsikan dan ekspektasinya.

Kualitas layanan merupakan tingkat kesempurnaan suatu layanan yang mampu memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Kualitas layanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan mendorong mereka untuk menggunakan layanan tersebut kembali. Firmansyah & Haryanto, (2019) Kualitas pelayanan adalah sesuatu yang secara konsisten memenuhi atau melampaui harapan pelanggan.

Berdasarkan hal tersebut, maka penelitian ini akan berfokus pada kepuasan pelanggan terhadap layanan transportasi online Maxim. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana kepuasan pelanggan terhadap layanan transportasi online Maxim, apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap layanan transportasi online Maxim, dan bagaimana cara meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap layanan transportasi online Maxim. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi perusahaan jasa transportasi online, khususnya Maxim, dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan informasi bagi masyarakat mengenai layanan transportasi online Maxim.

KAJIAN LITERATUR

Kepuasan Pelanggan

Di era digital yang serba cepat dan kompetitif ini, kepuasan pelanggan menjadi kunci utama bagi setiap bisnis untuk bertahan dan berkembang. Keberhasilan sebuah bisnis tidak hanya diukur dari keuntungan yang diperoleh, tetapi juga dari tingkat kepuasan pelanggan yang diraih. Pelanggan yang puas akan terus menggunakan produk atau layanan yang ditawarkan, bahkan mereka akan merekomendasikannya kepada orang lain. Oleh karena itu, penting bagi setiap bisnis untuk memahami apa yang dimaksud dengan kepuasan pelanggan dan bagaimana cara mencapainya.

Asti & Ayuningtyas, (2020) kepuasan konsumen adalah penilaian konsumen secara keseluruhan terhadap manfaat produk yang didasarkan dari apa yang mereka terima dan apa yang mereka berikan respon atau tanggapan konsumen mengenai pemenuhan kebutuhan. Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang didapatkan seseorang dari membandingkan antara kinerja dan produk yang dipersepsikan dan ekspektasinya. (Tjiptono & Diana, 2019). Hasan, (2016) ada beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan yaitu : konfirmasi harapan, minat pembelian ulang, dan kesediaan untuk merekomendasi.

Kualitas Pelayanan

Kualitas Pelayanan merupakan kunci untuk memenangkan hati pelanggan. Pelayanan yang berkualitas akan memberikan nilai tambah dan juga menciptakan pengalaman yang positif bagi pelanggan. Kualitas Pelayanan yang baik dapat meningkatkan citra dan reputasi perusahaan begitupun sebaliknya jika Kualitas Pelayanan buruk maka dapat merusak citra perusahaan dan kehilangan pelanggan.

Idrus., (2021) kualitas pelayanan adalah suatu penilaian dari pelanggan atau konsumen terkait pelayanan atas produk atau jasa yang mereka terima dengan tingkat pelayanan yang diinginkan atau diharapkan. Selanjutnya menurut Firmansyah & Haryanto, (2019), Kualitas

pelayanan adalah sesuatu yang secara konsisten memenuhi atau melampaui harapan pelanggan. Kualitas layanan yang baik dapat dilihat dari beberapa indikator, seperti reliabilitas, jaminan dan bukti fisik. (Tjiptono & Chandra, 2019).

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Waktu penelitian yaitu pada bulan Desember. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna online transportasi Maxim di Kota Medan yang jumlahnya belum diketahui pasti sehingga untuk pengambilan sampel menggunakan metode Hair (Hair et al., 2010). Berdasarkan metode Hair, maka jumlah sampel yang diambil adalah 30 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah accidental sampling dimana konsumen yang ditemui terlebih dahulu secara kebetulan akan dijadikan sebagai sampel. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner. Skala pengukuran yang digunakan adalah skala *Likert*.

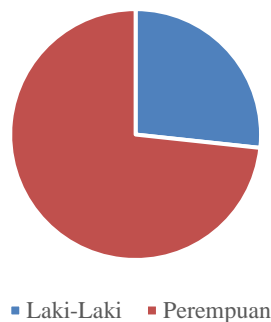
HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut ini adalah hasil dan pembahasan yang didapatkan dari hasil penelitian “Analisis kepuasan pelanggan dan kualitas layanan pengguna online transportasi Maxim”

Jumlah responden yang bersedia berpartisipasi sebanyak 30 orang. Responden tersebut terkumpul secara acak dari pengguna maxim. Berdasarkan hasil dari penelitian yang didapatkan, dapat dilihat diagram hasil yang didapatkan dari penelitian ini, dengan rumus perolehan persentase:

$$\% = \frac{\text{jumlah responden yang memilih}}{\text{jumlah total keseluruhan responden}} \times 100$$

Jenis Kelamin Responden



Gambar 1. Grafik berdasarkan jenis kelamin responden
Sumber: data diolah, 2023

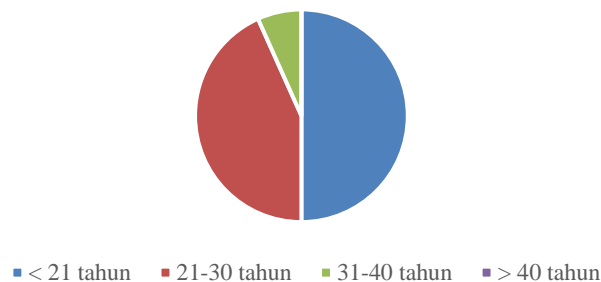
Tabel 1. Jenis kelamin responden

Jenis kelamin	Persentase
Laki-Laki	26,7%
Perempuan	73,3%
Jumlah	100%

Sumber: data diolah, 2023

Dari tabel 1, memperlihatkan bahwa responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini 73,3% merupakan Perempuan, sedangkan 26,7% sisanya merupakan Laki-Laki.

Usia Responden



Gambar 2. Grafik berdasarkan usia responden pada saat berpartisipasi dalam penelitian ini

Sumber: data diolah, 2023

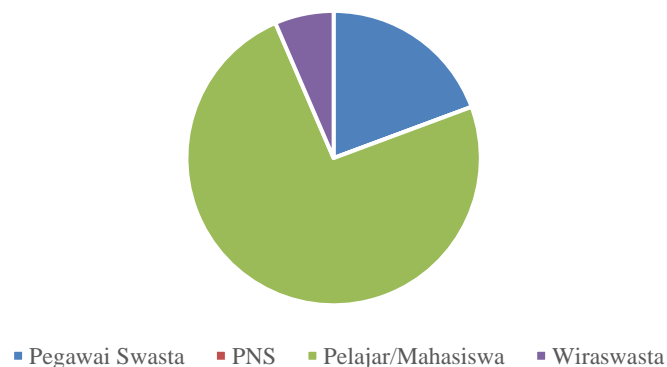
Tabel 2. Usia responden pada saat berpartisipasi dalam penelitian

Usia	Persentase
< 21 tahun	50%
21-30 tahun	43,3%
31-40 tahun	6,7%
> 40 tahun	0%
Jumlah	100%

Sumber: data diolah, 2023

Dari tabel 2, menunjukkan 50% responden yang berpartisipasi berusia dibawah 21 tahun, sedangkan 43,3% berusia antara 21-30 tahun, dan 6,7% berusia antara 31-40%. Tidak ada responden yang berusia diatas 40 tahun pada penelitian ini.

Pekerjaan Responden



Gambar 3. Grafik berdasarkan pekerjaan responden

Sumber: data diolah, 2023

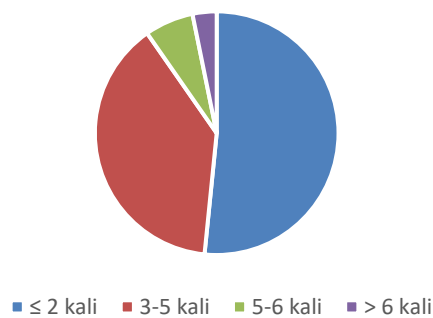
Tabel 3. Pekerjaan responden

Pekerjaan	Persentase
Pegawai Swasta	20%
PNS	0%
Pelajar/Mahasiswa	76,7%
Wiraswasta	6,7%
Jumlah	100%

Sumber: data diolah, 2023

Dari tabel 3, memperlihatkan sebesar 20% bekerja sebagai pegawai swasta. 76,7% memiliki pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa, dan 6,7% bekerja sebagai wiraswasta. Dan tidak ada yang bekerja sebagai PNS.

Frekuensi Pemakaian Maxim



Gambar 4. Grafik berdasarkan frekuensi pemakaian aplikasi Maxim oleh responden

Sumber: data diolah, 2023

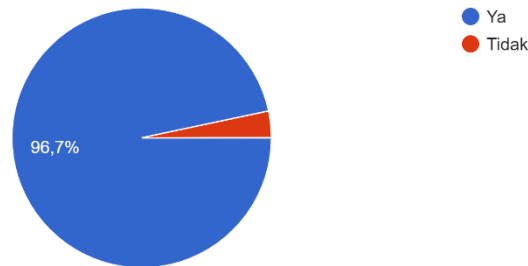
Tabel 4. Frekuensi pemakaian aplikasi Maxim

Frekuensi Pemakaian	Persentase
≤ 2 Kali	53,3%
3-5 Kali	40%
5-6 Kali	6,7%
> 6 Kali	3,3%
Jumlah	100%

Sumber: data diolah, 2023

Dari tabel 4, sebanyak 3,3% sudah memakai aplikasi Maxim > 6 Kali, 6,7% sudah menggunakan aplikasi Maxim sebanyak 5-6 kali, dan 40% sebanyak 3-5 kali. Sisa 53,3% responden memakai sebanyak ≤ 2 kali.

1. Harapan dan keinginan saya terpenuhi saat menggunakan layanan dari jasa transportasi Maxim.
30 jawaban



Gambar 5. Grafik berdasarkan terpenuhinya harapan dan keinginan responden saat menggunakan layanan dari jasa transportasi Maxim
Sumber: data diolah, 2023

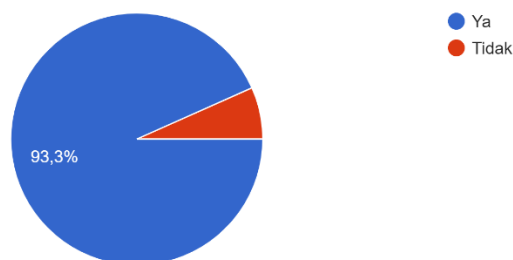
Tabel 5. Harapan dan keinginan responden terpenuhi saat menggunakan layanan dari jasa transportasi Maxim

Terpenuhinya Harapan dan Keinginan	Persentase
Ya	96,7%
Tidak	3,3%
Jumlah	100%

Sumber: data diolah, 2023

Dari tabel 5, hasil penelitian menunjukkan 96,7% dari 30 responden merasa harapan dan keinginan mereka terpenuhi saat memakai layanan dari jasa transportasi Maxim, sedangkan 3,3% merasa harapan dan keinginan mereka tidak terpenuhi.

2. Saya tidak ragu menggunakan jasa transportasi Maxim kembali ketika saya membutuhkannya.
30 jawaban



Gambar 6. Grafik berdasarkan tidak ragunya responden menggunakan jasa transportasi Maxim kembali ketika membutuhkannya
Sumber: data diolah, 2023

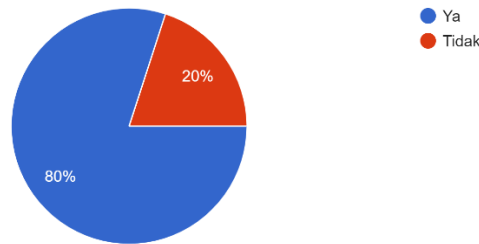
Tabel 6. Responden tidak ragu menggunakan jasa transportasi Maxim kembali ketika membutuhkannya.

Tidak Ragu Menggunakan Kembali	Persentase
Ya	93,3%
Tidak	6,7%
Jumlah	100%

Sumber: data diolah, 2023

Dari tabel 6, hasil penelitian memperlihatkan 93,3% dari 30 responden tidak ragu menggunakan Maxim kembali ketika membutuhkannya, sedangkan 6,7% memilih untuk memakai aplikasi lain.

3. Saya tidak keberatan merekomendasikan jasa transportasi Maxim kepada keluarga dan teman saya
30 jawaban



Gambar 7. Grafik berdasarkan ketidak-beratan responden dalam merekomendasikan jasa transportasi Maxim kepada keluarga dan teman mereka

Sumber: data diolah, 2023

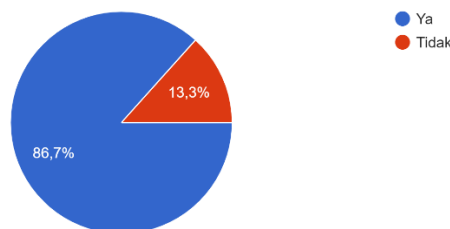
Tabel 7. Responden tidak keberatan merekomendasikan jasa transportasi Maxim kepada keluarga dan teman mereka

Tidak Keberatan Merekomendasikan	Persentase
Ya	80%
Tidak	20%
Jumlah	100%

Sumber: data diolah, 2023

Dari tabel 7, hasil penelitian menunjukkan bahwa 80% tidak keberatan untuk merekomendasikan jasa transportasi Maxim kepada keluarga dan teman, sedangkan 20% keberatan untuk merekomendasikan.

1. Maxim mengantarkan konsumen maupun barang ke tempat tujuan dengan tepat.
30 jawaban



Gambar 8. Grafik berdasarkan ketepatan jasa transportasi Maxim dalam mengantarkan konsumen maupun barang ke tempat tujuan

Sumber: data diolah, 2023

Tabel 8. Ketepatan Maxim dalam mengantarkan konsumen maupun barang ke tempat tujuan

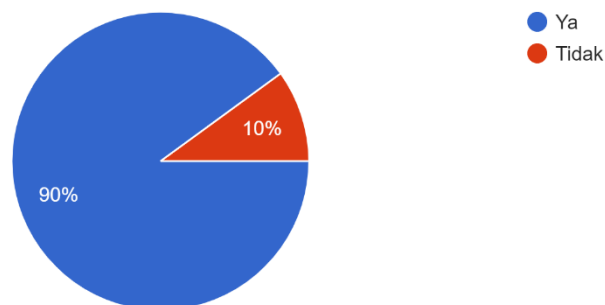
Ketepatan Mengantarkan ke Tempat Tujuan	Persentase
Ya	86,7%
Tidak	13,3%
Jumlah	100%

Sumber: data diolah, 2023

Dari tabel 8, memperlihatkan bahwa ketepatan Maxim dalam mengantarkan konsumen maupun barang ke tempat tujuan diakui oleh 86,7% responden, sedangkan 13,3% kurang mengakui ketepatan Maxim dalam mengantarkan konsumen dan barang.

2. Driver Maxim memberikan rasa aman ketika mengemudi kendaraan dan mengantarkan barang untuk memberikan pelayanan yang berkualitas

30 jawaban



Gambar 9. Grafik berdasarkan kemampuan *driver* Maxim dalam memberikan rasa aman ketika jasanya sedang digunakan oleh responden

Sumber: data diolah, 2023

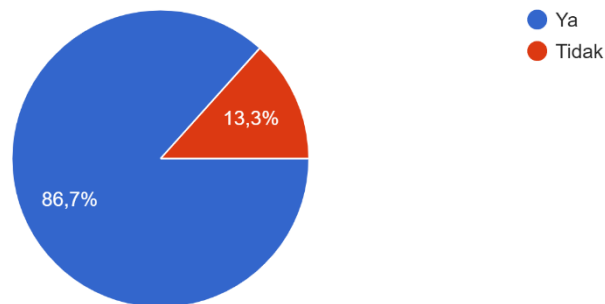
Tabel 9. Driver Maxim memberikan rasa aman ketika mengemudi kendaraan dan mengantarkan barang untuk memberikan pelayanan yang berkualitas.

Kemampuan <i>driver</i> memberikan rasa aman	Persentase
Ya	90%
Tidak	10%
Jumlah	100%

Sumber: data diolah, 2023

Dari tabel 9, memperlihatkan bahwa sebesar 90% merasa aman ketika menggunakan jasa layanan transportasi Maxim, sedangkan sebesar 10% tidak merasa demikian.

3. Maxim menggunakan kendaraan yang layak dipakai untuk beroperasi
30 jawaban



Gambar 10. Grafik berdasarkan kelayakan kendaraan yang dipakai untuk beroperasi oleh aplikasi Maxim menurut responden
Sumber: data diolah, 2023

Tabel 10. Maxim menggunakan kendaraan yang layak dipakai untuk beroperasi

Kendaraan yang digunakan layak beroperasi	Persentase
Ya	86,7%
Tidak	13,3%
Jumlah	100%

Sumber: data diolah, 2023

Dari tabel 10, memperlihatkan sebesar 86,7% responden setuju bahwa kendaraan yang digunakan driver pada aplikasi Maxim layak untuk beroperasi, sedangkan 13,3% responden tidak merasa demikian.

Dari hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa mayoritas pengguna Maxim yaitu perempuan, berusia dibawah 21 tahun, dan berstatus sebagai pelajar/mahasiswa.

Mayoritas responden puas dengan layanan Maxim. Mereka merasa harapan dan keinginan mereka terpenuhi, tidak ragu untuk menggunakan Maxim kembali, dan bersedia merekomendasikannya kepada orang lain. Responden juga menilai Maxim cukup tepat waktu, aman, dan menggunakan kendaraan yang layak.

Hasil penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pengguna dalam menggunakan Jasa Transportasi Online Maxim yaitu kemudahan akses, kecepatan layanan, harga yang terjangkau, keramahan driver, dan kondisi kendaraan. (Banggoi et al., 2023)

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data di atas, dapat dilihat bahwa sebesar 96,8% responden puas dengan layanan jasa yang diberikan oleh transportasi online Maxim. Sebagian besar responden pada penelitian ini juga merasa kualitas pelayanan sudah bagus. Namun, sebesar 19,4% responden tidak tertarik untuk merekomendasikan Maxim kepada keluarga dan teman mereka. Sebesar 9,7% dari responden merasa kurang aman pada saat menggunakan jasa layanan transportasi online Maxim. Sehingga Maxim perlu lebih memperhatikan dan melakukan evaluasi terhadap sistem kerja aplikasi dan driver agar dapat memberikan pengalaman memakai jasa yang baik bagi konsumen sehingga kepuasan pelanggan terjaga dan meningkatkan kualitas pelayanan dari Maxim. Penelitian ini memiliki waktu yang terbatas sehingga menurut penulis masih terdapat berbagai variabel yang dapat diteliti keterkaitannya dengan kepuasan pelanggan

dan kualitas layanan dari jasa transportasi online Maxim. Saran terhadap peneliti selanjutnya yaitu agar peneliti berikutnya dapat meneliti mengenai adanya keterkaitan kualitas sistem, tarif, dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan dan kualitas layanan jasa transportasi Maxim.

DAFTAR PUSTAKA

- Asti, E. G., & Ayuningtyas, E. A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(01), 1–14. <https://doi.org/10.37366/ekomabis.v1i01.2>
- Asuti, D. Y., Handayani, E. S., Rahmawati, U., & Winarwi. (2021). Analysis of the Effect of Maxim Application Service Quality on Customer Satisfaction. *Research In Accounting Journal*, 1(3), 412–419. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/raj>
- Banggoi, R., Mendo, A. Y., & Asi, L. L. (2023). Analisis Kepuasan Pengguna Jasa Transportasi Online Maxim Untuk Meningkatkan Loyalitas Pengguna Di Kota Gorontalo. *Jambura*, 6(1), 242–249. <http://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB>
- Firmansyah, F., & Haryanto, R. (2019). *Manajemen Kualitas Jasa : Peningkatan Kepuasan & Loyalitas Pelanggan*. Pamekasan: Duta Media Publishing.
- Hair J F, B. W. W., B.J, B., & R.E, A. (2010). *Multivariate Data Analysis - Global Perspective*, Pearson, New York.
- Hasan, H. (2016). *Manajemen Kepuasan Pelanggan : Strategi Meningkatkan Loyalitas dan Retensi Pelanggan*. Penerbit Salemba Empat.
- Idrus., S. A. (2021). *Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian: Konsep dan Teori*. Media Nusa Creative (MNC Publishing).
- Sarah, S., Sasmita, E. M., & Sari, B. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan , Fasilitas Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Maxim Bike di Green Pramuka City. 6(3), 154–164.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2019). *Strategi Pemasaran Jasa*. Penerbit Andi.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2019). *Kepuasan Pelanggan - Konsep, Pengukuran dan Strategi*. CV. Andi Offset.