

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

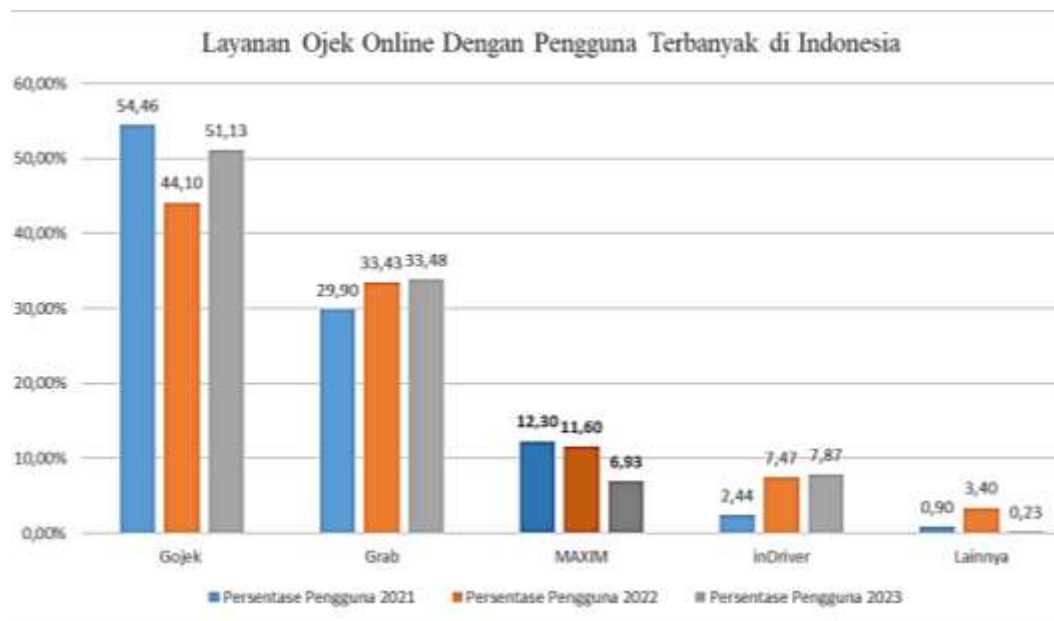
Di era disrupsi teknologi, proses digitalisasi telah terjadi hampir seluruh bidang kehidupan. Ditandai munculnya berbagai aplikasi yang dibuat sebagai solusi untuk mempermudah kehidupan masyarakat sehari-hari dengan adanya teknologi. Dewasa ini terdapat terobosan terbaru, yakni digitalisasi transportasi berbasis *mobile application* yang didukung oleh teknologi komunikasi melalui *smartphone*. Transportasi berbasis aplikasi *mobile* merupakan penggabungan dari segi jasa transportasi dan teknologi komunikasi (Novianti dkk, 2023).

Salah satu pengaplikasian transportasi berbasis aplikasi *mobile* yaitu ojek online. Ojek online merupakan bentuk transformasi dari ojek konvensional yang sebelumnya hanya singgah di suatu tempat (pangkalan) untuk mendapatkan pelanggan. Kini dengan adanya jasa ojek online dapat memberikan kemudahan dalam memesan ojek. Pemesanan dapat dilakukan pada *smartphone* pelanggan dan nantinya *driver* ojek akan mendatangi titik jemput dari pelanggan yang tertera pada aplikasi ojek online tersebut. Kemudahan ini menyebabkan ojek online semakin diminati hingga saat ini (Hasanah dan Sari, 2024).

Maxim merupakan salah satu *platform* yang menyediakan layanan ojek online yang bisa dibilang baru di Indonesia. Maxim sendiri sudah ada sejak tahun 2003. Namun, dulunya maxim hanya sebuah layanan aplikasi taksi di kota Chardinsk di pegunungan Ural Rusia. Di Indonesia maxim pertama kali beroperasi pada tahun 2018 membuka kantor pusat di Jakarta di bawah naungan

PT Teknologi Perdana Indonesia. Kemudian seiring waktu banyak layanan ojek online lainnya juga bermunculan di Indonesia (Banggoi dkk, 2023).

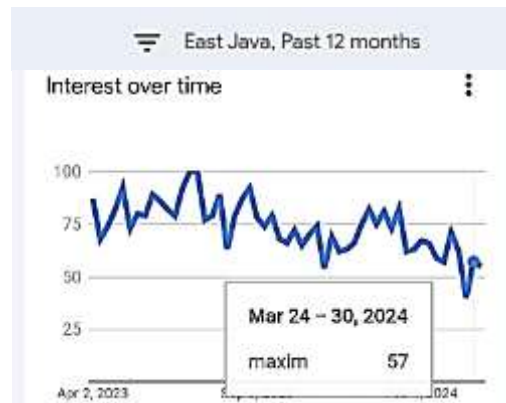
Menurut survei *Kadata Insight Center* (KIC), layanan ojek online dengan pengguna terbanyak di Indonesia pada tahun 2021, 2022, 2023 sebagai berikut:



Gambar 1.1 Layanan Ojek Online Pengguna Terbanyak di Indonesia

Sumber: *Kadata Insight Center*, 2023

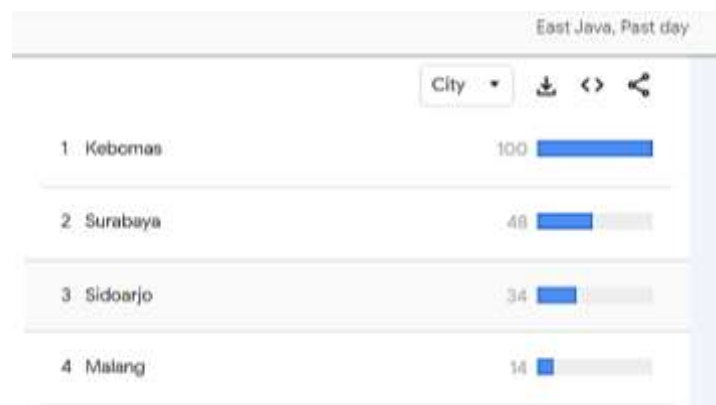
Berdasarkan analisis mandiri Maxim terus mengalami penurunan persentase pengguna pada 2021, 2022, 2023 berturut-turut sebesar: 12,30%; 11,60%; dan 6,93%. Pada 2023 Maxim mengalami penurunan yang signifikan, dari 11,60% menjadi 6,93% didapati penurunan sebesar 4,67%. Penurunan ini, mengakibatkan peringkat maxim yang semula *top three* pada tahun 2021 dan 2022 menjadi keempat dengan persentase 6,93% karena tergeser dengan inDrive dengan persentase 7,60%. Data tersebut menunjukkan rendahnya persentase maxim dibandingkan kompetitor, mengindikasikan pelanggan kurang berminat menggunakan maxim sebagai aplikasi ojek online. Adapun provinsi Jawa Timur juga terindikasi hal yang sama, yakni turunnya minat maxim terlampir pada gambar 1.2 berikut:



Gambar 1.2 Minat Penggunaan Maxim di Jawa Timur 12 Bulan Terakhir

Sumber: *Google Trends*, 2024

Berdasarkan data gambar 1.2, menunjukkan persentase minat pengguna maxim di Jawa Timur cenderung menurun. Pada minggu ke-4 bulan Maret 2024 persentase minat penggunaan maxim sebesar 57%. Serta di minggu ke-3 bulan Maret 2024 merupakan periode dengan persentase minat penggunaan maxim terendah yakni dibawah 50%. Persentase ini tergolong rendah mengingat maxim telah beroperasi di beberapa kota besar di Jawa Timur pada gambar 1.3 berikut:

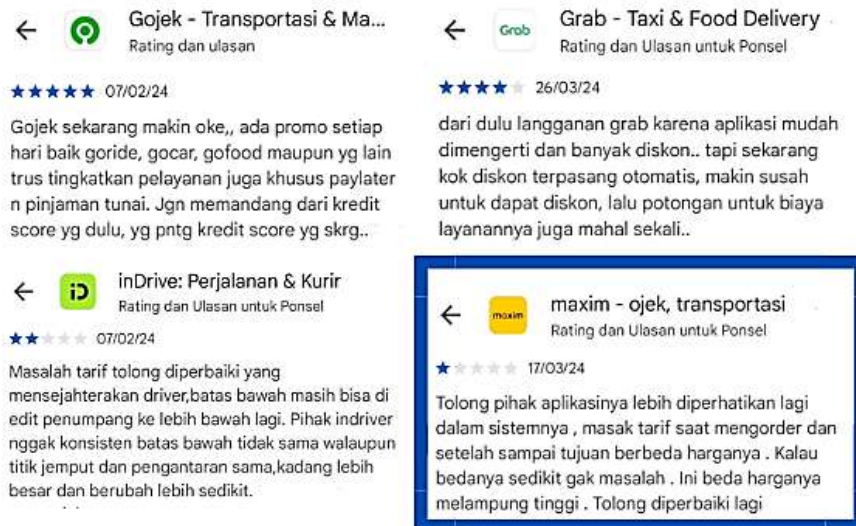


Gambar 1.3 Kota Dengan Minat Maxim Tertinggi di Jawa Timur

Sumber: *Google Trends*, 2024

Berdasarkan data gambar 1.3, menunjukkan Kota Surabaya menempati posisi ke-2 dengan persentase minat pengguna 48% dari 4 kota di Jawa Timur lainnya. Penurunan terlihat secara signifikan dari Kebomas posisi *top one* ke Surabaya posisi kedua. Fenomena ini terjadi karena Surabaya telah terjangkau oleh banyak layanan

ojek online lain, yang mengakibatkan masyarakat Surabaya selektif memilih ojek online yang ingin digunakan. Hal ini dapat dilakukan dengan cara membandingkan ulasan antara maxim dengan ojek online lainnya terlampir pada gambar 1.4 berikut:



Gambar 1.4 Perbandingan Ulasan Maxim Dengan Kompetitor

Sumber: *Google Play Store*, 2024

Dari fitur yang terdapat pada *Google Play Store*, user aplikasi dapat memberikan ulasan terhadap aplikasi yang telah digunakan (Nurian, 2023). Dalam ulasannya pengguna Maxim menyatakan tidak puas, serta menjelaskan keluhannya dikarenakan harga tarif melambung tinggi dari order dan setelah membayar di tempat tujuan. Pada Gojek sebagai *pioneer* layanan ojek online mendapatkan ulasan sangat memuaskan terkait harga dikarenakan banyaknya promo bahkan menyediakan pembayaran *pay letter*. Pada Grab menyatakan puas dikarenakan banyak diskon, akan tetapi tidak bisa memilih atau diskon terpasang secara otomatis. Terakhir pada inDrive menyatakan kurang puas dikarenakan tarif batas bawah tidak konsisten walaupun jarak pengantaran sama. Hal disebabkan adanya fitur negosiasi antara *driver* dengan pelanggan sehingga posisi inDrive dapat menggeser peringkat Maxim yang semula *top three* menjadi keempat.

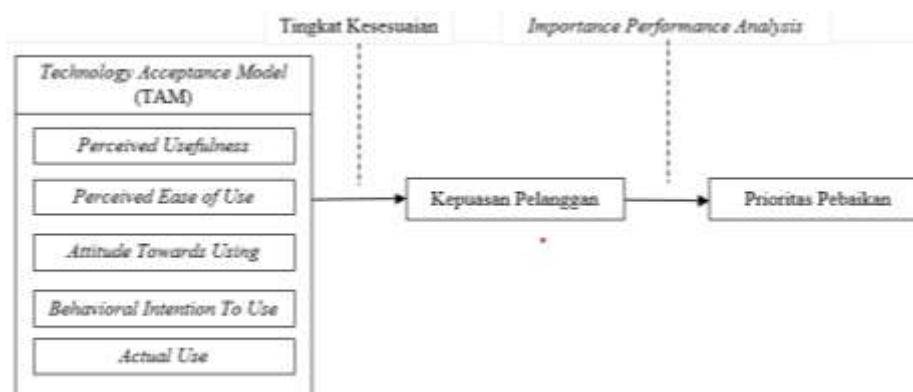
Akan tetapi ulasan negatif tidak dapat sepenuhnya dipercaya, tanpa disadari terkadang ulasan negatif ada yang sengaja ditinggalkan dengan alasan untuk menjatuhkan kompetitor (Ruwaida dan Aqilah, 2022). Adapun beberapa kompetitor dari ojek online Maxim yaitu: GOJEK, Grab, dan inDrive yang berkembang baik pada tahun-tahun sebelumnya. Dari fenomena ini menunjukkan bahwa perusahaan transportasi online masih terus berkompetisi meningkatkan jasanya untuk mencapai kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan maxim dapat dicapai dengan memperbaiki permasalahan pada layanannya. Apabila maxim dapat memberikan pelayanan yang baik untuk pelanggannya, maka maxim dapat memiliki pandangan yang baik dari kepuasan pelanggannya (Amara dkk, 2022).

Dipilihnya model *Technology Acceptance Model* (TAM) karena merupakan model yang sesuai untuk menguji penerimaan terhadap penggunaan teknologi informasi. *The Concept of Technology Acceptance Model*, menawarkan landasan untuk memahami perilaku pengguna dalam menerima dan menggunakan teknologi yang ditawarkan (Musdalifah dan Hadisaputro, 2022). Adapun lima konsep pendekatan TAM, yaitu *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *attitude toward using*, *behavioral intention to use*, dan *actual use* (Minan, 2021).

Berdasarkan hal tersebut maka dilakukan penelitian untuk menganalisis TAM terhadap kepuasan pelanggan dan prioritas perbaikan aplikasi maxim metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dengan fokus studi pada pelanggan Kota Surabaya. Metode IPA merupakan teknik analisis untuk mengidentifikasi elemen penting dalam suatu variabel. IPA dikembangkan oleh Martilla dan James pada tahun 1977. Metode ini menggabungkan konsep yaitu *importance* mengacu pada seberapa pentingnya suatu faktor dalam mempengaruhi kepuasan konsumen, serta

performance mengacu pada seberapa baik kinerja suatu faktor dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Oleh karena itu, metode ini cocok untuk memahami tingkat kepentingan suatu faktor dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan dan seberapa baik kinerja faktor tersebut dalam memenuhi kebutuhan pelanggan khususnya di Kota Surabaya (Renaldi dan Pradana, 2023).

Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dilakukan penelitian dengan judul “Analisis TAM Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Prioritas Perbaikan Aplikasi Maxim Dengan Metode IPA (Studi Pada Pelanggan Kota Surabaya)”. Hal ini dilakukan agar aplikasi maxim dapat segera mengevaluasi kinerjanya. Serta memperbaiki layanan yang diprioritaskan pelanggan Kota Surabaya sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Dari keterkaitan model TAM dan metode yang telah dipilih, maka didapatkan konsep penelitian pada gambar 1.5 berikut.



Gambar 1.5 Kerangka Konseptual Penelitian

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang maka didapatkan perumusan masalah yaitu:

“Bagaimana tingkat kepuasan pelanggan dan usulan perbaikan layanan apa yang perlu diprioritaskan aplikasi maxim berdasarkan analisis *technology acceptance model* dengan metode IPA pada pelanggan Kota Surabaya?”

1.3 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini antara lain:

1. Subjek penelitian ini adalah pengguna aplikasi ojek online maxim.
2. Penggunaan *Google Form* sebagai media penyebaran kuesioner.
3. Pernyataan kuesioner penelitian ini berpedoman pada indikator TAM.

1.4 Asumsi

Adapun asumsi-asumsi yang digunakan dalam penelitian antara lain:

1. Aplikasi maxim tidak mengalami pembaruan selama penelitian berlangsung dan tetap bertahan dengan versi 3.15.17.
2. Responden dapat memahami dan bersikap jujur dalam menjawab pertanyaan yang diberikan.
3. Atribut yang digunakan sudah sesuai dengan kualitas pelayanan yang diberikan aplikasi maxim.

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dilaksanakannya penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis atribut TAM terhadap tingkat kepuasan pelanggan pada aplikasi maxim di Kota Surabaya dengan metode IPA.
2. Untuk menganalisis atribut TAM yang perlu diprioritaskan perbaikannya pada aplikasi maxim dengan metode IPA pada pelanggan Kota Surabaya.

1.6 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis
 - a. Sarana pengaplikasian metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dalam menyelesaikan permasalahan pada aplikasi maxim dalam penentuan tingkat kepuasan pelanggan.
 - b. Digunakan sebagai referensi agar dapat membantu pihak lain dalam penambahan informasi untuk penelitian dengan topik yang sejenis.
2. Manfaat Praktis
 - a. Sebagai bahan evaluasi tim *information and technology support* aplikasi Maxim terkait hal-hal yang perlu diperbaiki pada aplikasinya.
 - b. Menjadi penambahan wawasan terhadap pelanggan aplikasi maxim untuk mengoptimalkan penggunaannya dan memberi gambaran kesesuaian fakta di lapangan dengan materi kuliah.

1.7 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, asumsi, dan manfaat dilakukannya penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan tentang penjelasan mengenai digitalisasi transportasi, ojek online, perkembangan ojek online, aplikasi maxim, jasa, *technology acceptance model* (TAM), kepuasan pelanggan,

hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan jasa, *importance performance analysis* (IPA), *software* minitab, populasi dan sampel, teknik sampling, kuesioner, uji kecukupan data, uji validitas, uji reliabilitas, dan penelitian terdahulu.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang tempat dan waktu penelitian, identifikasi variabel, langkah-langkah penyelesaian masalah, teknik pengumpulan data, serta teknik analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang langkah-langkah pengumpulan data, pengolahan data, serta analisis data yang digunakan sebagai bahan evaluasi perusahaan tempat penelitian menggunakan *Importance Performance Analysis* (IPA).

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menjelaskan tentang kesimpulan dan saran dari analisa yang telah dilakukan sehingga dapat memberikan suatu rekomendasi sebagai masukan bagi perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN