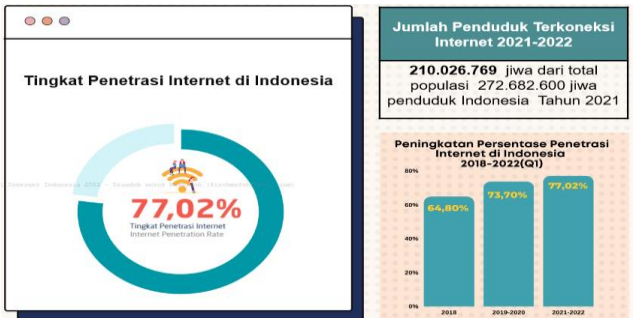
BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era sekarang yang serba digital, teknologi informasi mengalami perkembangan yang sangat pesat, contohnya seperti *smartphone* dan internet. Dengan adanya kemajuan teknologi informasi dapat mempermudah manusia dalam menjalankan aktivitas sehari-hari. Saat ini s*martphone* dan internet tidak dapat dipisahkan dalam kehidupan manusia bahkan sudah mendarah daging, terutama bagi anak muda zaman sekarang yang menginginkan segala sesuatu serba instan dan praktis. *Smartphone* dan internet dapat digunakan dimana pun dan kapan pun, sehingga semua orang dapat dengan mudah mengeksplorasi apa yang mereka inginkan (Marpaung, 2018).

Saat ini *smartphone* dan internet sudah menjadi kebutuhan primer, terlebih lagi ketika terjadi pandemi Covid-19 dua tahun lalu yang menyebabkan semua orang lebih banyak menghabiskan waktunya di rumah untuk melakukan berbagai macam kegiatan seperti *work from home*, sekolah, ataupun kuliah, sehingga pengguna *smartphone* dan internet meningkat dibandingkan tahun sebelumnya. Menurut data Indonesia.id (2022) pengguna *smartphone* terbanyak di dunia yaitu China sebanyak 910,14 juta orang, India sebanyak 647,53 juta orang, Amerika Serikat sebanyak 249,29 juta orang, dan Indonesia berada diurutan keempat sebanyak 192,15 juta orang. Selain itu, pengguna internet pun mengalami peningkatan. Berikut data tingkat penetrasi internet di Indonesia pada tahun 2018-2022.



Gambar 1.1

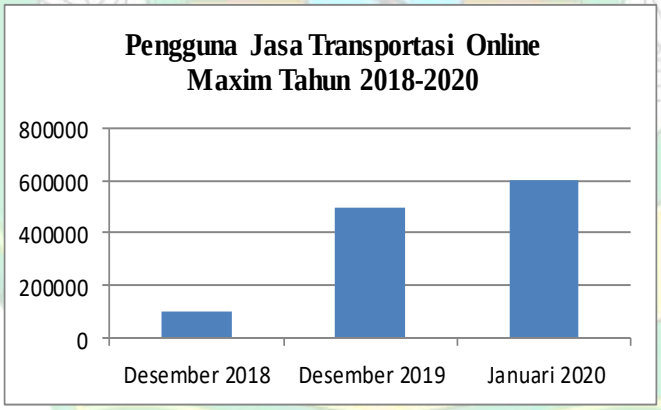
Sumber : Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2022

Menurut data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2022) yang disajikan pada gambar 1.1 menunjukkan bahwa jumlah penduduk yang menggunakan internet pada tahun 2021-2022 mencapai 210.026.769 orang dari jumlah populasi penduduk Indonesia tahun 2021 yang sebanyak 272.682.600 orang. Pada tahun 2018 pengguna internet mencapai 64,80%, pada tahun 2019 hingga 2020 pengguna internet meningkat mencapai 73,70%, dan pada tahun 2021 hingga 2022 pengguna internet meningkat mencapai 77,02%. Hal ini menunjukkan bahwa perkembangan internet di Indonesia cukup pesat.

Kemajuan teknologi informasi yang semakin pesat telah mengubah kehidupan manusia diberbagai bidang, salah satunya dibidang ekonomi. Saat ini kemajuan teknologi informasi mendorong perekonomian ke arah ekonomi digital atau digitalisasi ekonomi. Ekonomi digital adalah suatu kegiatan ekonomi yang memanfaatkan teknologi dan internet dalam menjalankan aktivitas sehari-hari. Dengan kemajuan teknologi dan internet tersebut dapat menciptakan peluang bisnis baru. Peluang bisnis baru yang dimaksud adalah bisnis jasa transportasi berbasis online (Ermawati & Lestari, 2022).

Bisnis jasa transportasi berbasis online merupakan bisnis jasa transportasi yang tidak hanya sekedar menawarkan jasa transportasi mengantar penumpang, tetapi juga terdapat layanan mengantar makanan, mengantar barang, dan layanan lainnya. Transportasi online ini dapat diakses melalui *smartphone* yang dapat terhubung ke dalam aplikasi, mulai dari proses pemesanan hingga proses pembayaran dapat dilakukan melalui aplikasi tersebut sehingga lebih efektif dan efisien jika transportasi online digunakan dalam keadaan mendesak ataupun terburu-buru. Transportasi online saat ini menjadi suatu alternatif bagi masyarakat terutama mahasiswa sebagai generasi z yang sangat bergantung dengan teknologi dan teknologi tersebut sudah menjadi bagian dalam kehidupan mereka. Sehingga bisnis jasa transportasi online ini berpotensi untuk dikembangkan karena dapat memenuhi kebutuhan atau keinginan masyarakat termasuk mahasiswa untuk menunjang aktivitas sehari-hari (Pratiwi & Kesumadewi, 2017).

Belakangan ini sedang digencarkan dengan munculnya jasa transportasi online pendatang baru yaitu Maxim. Maxim merupakan jasa transportasi online yang didirikan oleh Maxim Azibarov pada tahun 2003 di Kota Chardinsk, Pegunungan Ural Rusia. Transportasi online Maxim baru hadir di Indonesia pada tahun 2018 dan mulai beroperasi di Cirebon pada tahun 2020. Maxim memiliki beberapa layanan seperti Maxim *bike*, Maxim *car*, Maxim *food & shop*, Maxim *delivery*, Maxim *cargo*, dan Maxim *life*. Kehadiran Maxim membuat persaingan antar perusahaan transportasi online semakin ketat. Jasa transportasi online Maxim ini dapat diterima baik oleh masyarakat, karena harganya terjangkau dan lebih murah sehingga pengguna jasa transportasi online Maxim mengalami peningkatan (taximaxim.com). Berikut data pengguna jasa transportasi online Maxim dari Desember 2018 - Januari 2020.

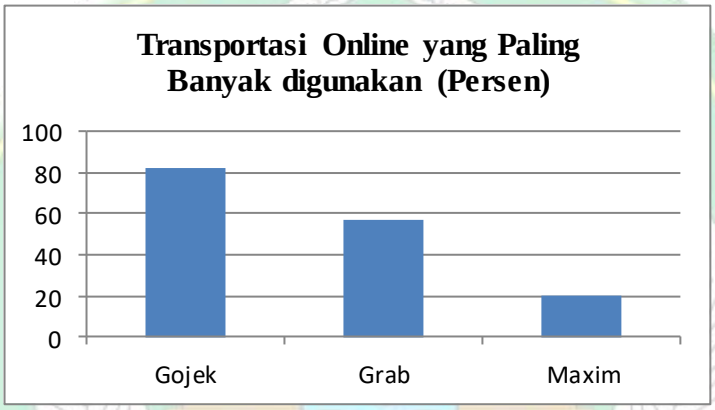


Gambar 1.2

Sumber : taximaxim.com (data diolah, 2022)

Berdasarkan gambar 1.2 menunjukkan bahwa pada akhir tahun 2018 jumlah pengguna jasa transportasi online Maxim masih berkisar 100.000 pengguna, pada akhir tahun 2019 pengguna jasa transportasi online Maxim meningkat menjadi 500.000 pengguna, dan pada awal tahun 2020 pengguna jasa transportasi online Maxim meningkat menjadi 600.000 pengguna. Jadi dapat disimpulkan bahwa pengguna jasa transportasi online Maxim di Indonesia dari Desember 2018 hingga Januari 2020 mengalami peningkatan.

Walaupun jumlah pengguna jasa transportasi online Maxim setiap tahunnya meningkat serta menawarkan harga terjangkau dan lebih murah, akan tetapi pengguna jasa transportasi online Maxim masih sedikit dibandingkan dengan Grab dan Gojek. Hal ini dapat dilihat melalui hasil survei *Institute for Development of Economics and Finance* (INDEF) pada Agustus-September 2022.



Gambar 1.3

Sumber: *Institute for Development of Economics and Finance* (data diolah, 2022)

Berdasarkan hasil survei *Institute for Development of Economics and Finance* (INDEF) pada Agustus-September 2022, menunjukkan bahwa Gojek merupakan jasa transportasi online yang paling banyak digunakan konsumen Indonesia dengan persentase tertinggi yaitu sebesar 82,6%, dan Grab merupakan jasa transportasi online kedua yang paling banyak digunakan konsumen dengan persentase sebesar 57,3%, serta Maxim merupakan jasa transportasi online yang paling sedikit digunakan konsumen dengan persentase sebesar 19,6%. Jadi dapat disimpulkan bahwa Gojek dan Grab merupakan jasa transportasi online yang paling banyak digunakan konsumen dibandingkan dengan transportasi online Maxim.

Sebelum menggunakan jasa transportasi online, para pengguna termasuk mahasiswa akan melakukan pertimbangan dan memilih salah satu dari berbagai pilihan transportasi online yang ada sesuai dengan

kebutuhan ataupun keinginannya. Pilihan tersebut berdasarkan pada berbagai faktor, seperti faktor harga, kemudahan, dan kualitas pelayanan. Mahal murahnya harga menjadi salah satu hal utama yang dipertimbangkan oleh konsumen. Maka dari itu, harga menjadi faktor penting yang dapat mempengaruhi keputusan pengguna, karena semakin mahal harga yang ditawarkan maka semakin sedikit pengguna jasa transportasi online tersebut, begitu juga sebaliknya semakin murah harga yang ditawarkan maka semakin banyak pengguna jasa transportasi online tersebut (Enru et al., 2021). Dalam hal ini, terdapat perbedaan hasil penelitian. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Maesaroh & Kurniati (2021) menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengguna jasa transportasi online. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Widjaja & Indrawati (2018) menyatakan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap keputusan menggunakan jasa transportasi online.

Dari segi harga, mahasiswa akan lebih selektif dalam memilih menggunakan jasa transportasi online yang sesuai kebutuhan ataupun keinginannya, dimana mahasiswa akan menggunakan jasa transportasi online yang menawarkan harga terjangkau dan lebih murah. Dalam hal ini, perusahaan Maxim menawarkan harga terjangkau dan lebih murah. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil perbandingan harga yang dilihat dari aplikasi Grab, Gojek dan Maxim dan didukung oleh hasil pra survei kepada mahasiswa FEBI IAIN Syekh Nurjati Cirebon yang menyatakan bahwa harga yang ditawarkan perusahaan Maxim terjangkau dan lebih murah dibandingkan Grab dan Gojek. Berikut tabel perbandingan harga Grab, Gojek, dan Maxim sesuai aplikasi dengan lokasi penjemputan, lokasi tujuan, dan jenis layanan yang sama:

Tabel 1.1

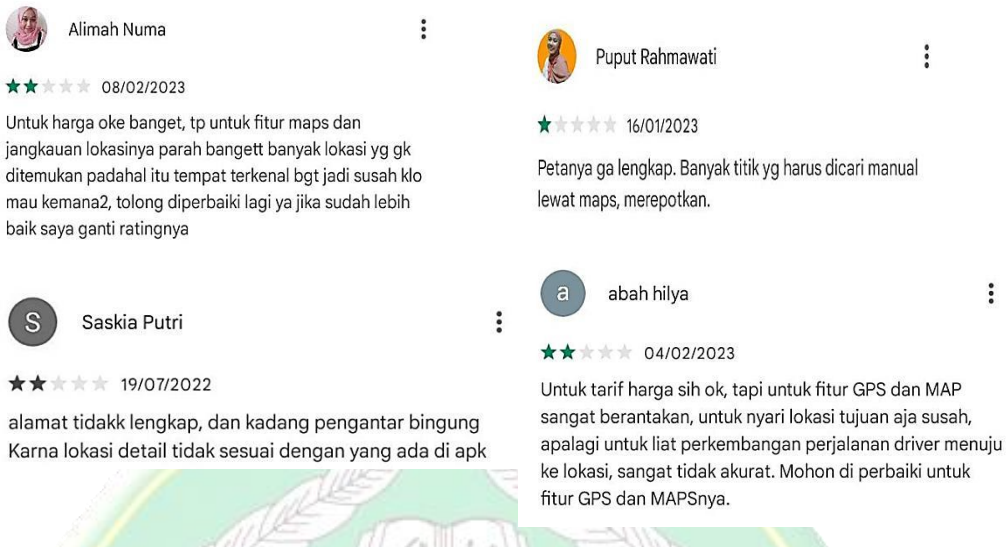
Perbandingan Harga Grab, Gojek, dan Maxim

Nama Jasa Transportasi Online	Harga
Grab	Rp12.000
Gojek	Rp12.000
Maxim	Rp8.900

Sumber: Data diolah (202)

Berdasarkan Tabel 1.1 menunjukkan perbandingan harga transportasi online Grab, Gojek, dan Maxim dengan lokasi penjemputan, lokasi tujuan, dan jenis layanan yang digunakan sama, yaitu *bike*. Akan tetapi, harga yang ditawarkan perusahaan Maxim lebih murah dibandingkan Grab dan Gojek. Hal ini menjadikan Maxim dapat diterima baik oleh masyarakat termasuk mahasiswa.

Selain harga, kemudahan juga merupakan faktor penting yang dapat mempengaruhi keputusan pengguna jasa transportasi online. Kemudahan yang dimaksud yaitu kemudahan dalam menggunakan aplikasi. Jika pengguna merasa bahwa aplikasi tersebut mudah digunakan, maka pengguna akan tertarik menggunakannya. Sebaliknya, jika pengguna merasa bahwa aplikasi tersebut sulit digunakan, maka pengguna tidak tertarik menggunakannya (Muzakki et al., 2020). Menurut hasil *review* atau ulasan para pengguna yang terdapat pada aplikasi Maxim di *playstore* dan didukung oleh hasil pra survei kepada mahasiswa FEBI IAIN Syekh Nurjati Cirebon menyatakan bahwa aplikasi Maxim sulit digunakan karena alamat yang tertera pada maps kurang lengkap, sehingga para pengguna termasuk mahasiswa merasa kesulitan dalam menentukan lokasi penjemputan dan lokasi tujuan. Berikut hasil *review* atau ulasan para pengguna mengenai kemudahan aplikasi Maxim:



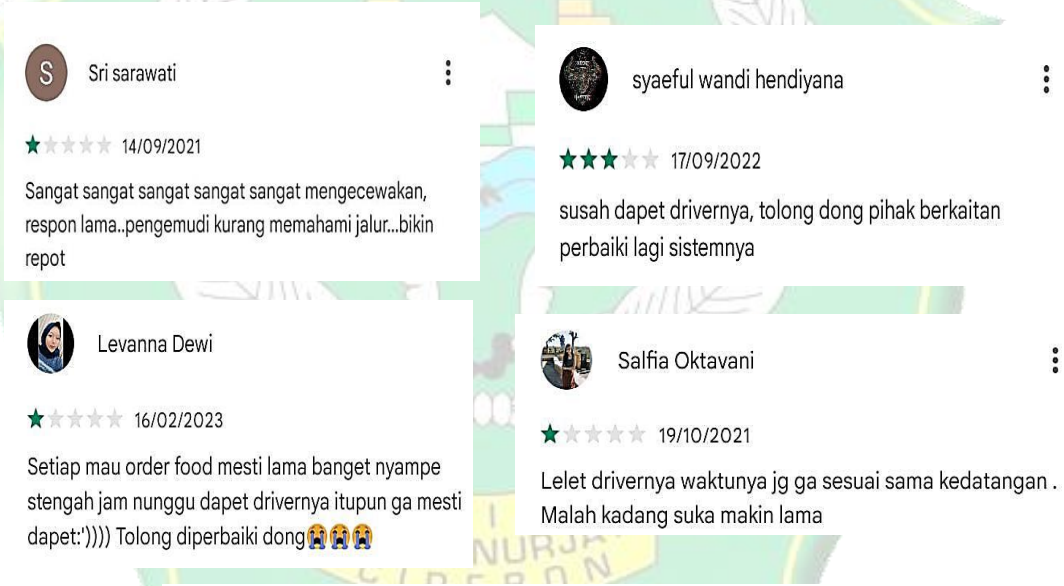
Gambar 1.4
Sumber: Playstore Aplikasi Maxim (2022)

Pada gambar 1.4 berisi hasil *review* atau ulasan para pengguna jasa transportasi online Maxim yang memberikan penilaian bahwa walaupun harga yang ditawarkan perusahaan Maxim terjangkau dan murah, tetapi aplikasi Maxim sulit digunakan dalam menentukan lokasi penjemputan dan lokasi tujuan dan bahkan ada pengguna yang mencari alamat pada aplikasi Maxim secara manual.

Faktor lain yang mempengaruhi keputusan pengguna adalah kualitas pelayanan. Menurut Rachmat (2020) kualitas pelayanan merupakan suatu kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan ataupun keinginan yang sesuai dengan harapan pengguna. Kualitas pelayanan dapat dikatakan baik dan memuaskan apabila pelayanan jasa yang diberikan sesuai atau melebihi dari harapan pengguna, dan sebaliknya kualitas pelayanan dikatakan kurang baik dan kurang memuaskan apabila pelayanan jasa yang diberikan tidak sesuai atau lebih rendah dari harapan pengguna. Menurut Juhaeri (2019) semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan ataupun *driver* maka daya beli konsumen semakin meningkat terhadap jasa transportasi online tersebut. Dalam hal ini, terdapat perbedaan hasil penelitian. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Kharismasuni & Wibowo (2020) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengguna jasa transportasi online. Sedangkan

penelitian yang dilakukan oleh Masnain (2019) menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap pengambilan keputusan pengguna jasa bus di transjogja.

Berdasarkan hasil *review* atau ulasan para pengguna yang terdapat pada aplikasi Maxim di *playstore* dan didukung oleh hasil pra survei kepada mahasiswa FEBI IAIN Syekh Nurjati Cirebon menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan *driver* Maxim masih kurang baik dan kurang memuaskan. Berikut hasil *review* atau ulasan para pengguna mengenai kualitas pelayanan yang diberikan *driver* Maxim:



Gambar 1.5
Sumber: Playstore Aplikasi Maxim (2022)

Pada gambar 1.5 berisi hasil *review* atau ulasan para pengguna jasa transportasi online Maxim yang memberikan penilaian bahwa kualitas pelayanan yang diberikan *driver* Maxim masih kurang baik dan kurang memuaskan, karena *driver* Maxim melakukan penjemputan penumpang/mengantar pesanan makanan tidak sesuai dengan waktu yang telah dijanjikan pada aplikasi dan *driver* Maxim melakukan konfirmasi atau merespon orderan cukup lama.

Berdasarkan observasi di sekitar kampus IAIN Syekh Nurjati Cirebon bahwa banyak mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang menggunakan jasa transportasi online Maxim, karena Maxim dapat dijadikan sebagai suatu alternatif untuk menunjang aktivitas sehari-hari selama perkuliahan dengan harga yang terjangkau dan lebih murah. Maka dari itu, peneliti menjadikan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon sebagai subjek penelitian.

Dari latar belakang yang telah uraikan sebelumnya, maka peneliti tertarik melakukan pengkajian mengenai **"Pengaruh Harga, Kemudahan, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pengguna Jasa Transportasi Online Maxim Pada Mahasiswa FEBI IAIN Syekh Nurjati Cirebon".**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan, antara lain:

1. Aplikasi Maxim sulit dalam menentukan lokasi penjemputan dan lokasi tujuan karena alamat yang tertera pada maps masih kurang lengkap.
2. Masih rendahnya kualitas pelayanan yang diberikan *driver* Maxim.
3. Terdapat *research* gap sehingga perlu diteliti dan dikaji lebih mendalam.

C. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, maka rumusan masalahnya sebagai berikut:

1. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pengguna jasa transportasi online Maxim pada mahasiswa FEBI IAIN Syekh Nurjati Cirebon?
2. Apakah kemudahan berpengaruh terhadap keputusan pengguna jasa transportasi online Maxim pada mahasiswa FEBI IAIN Syekh Nurjati Cirebon?

3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pengguna jasa transportasi online Maxim pada mahasiswa FEBI IAIN Syekh Nurjati Cirebon?
4. Apakah harga, kemudahan, dan kualitas pelayanan berpengaruh simultan terhadap keputusan pengguna jasa transportasi online Maxim pada mahasiswa FEBI IAIN Syekh Nurjati Cirebon?

D. Batasan Masalah

Dari latar belakang masalah yang telah dipaparkan sebelumnya, maka penulis menetapkan batasan masalah sebagai berikut:

1. Subjek penelitiannya yaitu mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon Tahun Akademik 2019 s.d 2022.
2. Ruang lingkup pembahasan pada penelitian ini hanya meliputi pengaruh harga, kemudahan, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pengguna jasa transportasi online Maxim pada mahasiswa FEBI IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

E. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengidentifikasi dan menganalisis secara parsial pengaruh harga terhadap keputusan pengguna jasa transportasi online Maxim pada mahasiswa FEBI IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Untuk mengidentifikasi dan menganalisis secara parsial pengaruh kemudahan terhadap keputusan pengguna jasa transportasi online Maxim pada mahasiswa FEBI IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
3. Untuk mengidentifikasi dan menganalisis secara parsial pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pengguna jasa transportasi online Maxim pada mahasiswa FEBI IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
4. Untuk mengidentifikasi dan menganalisis secara simultan pengaruh harga, kemudahan, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pengguna jasa transportasi online Maxim pada mahasiswa FEBI IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

F. Manfaat Penelitian

Pada penelitian ini terdapat manfaat teoritis dan manfaat praktis, antara lain:

1. Manfaat Teoritis

   Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk menambah ilmu pengetahuan dan memperkaya wawasan, khususnya di bidang bisnis jasa seperti jasa transportasi online. Penelitian ini juga dapat digunakan sebagai bahan referensi atau acuan bagi mahasiswa untuk melakukan pengkajian selanjutnya mengenai permasalahan di bidang yang sama yaitu mengenai keputusan pengguna jasa transportasi online dan juga dapat digunakan sebagai penambah, pelengkap sekaligus pembanding hasil-hasil penelitian yang sudah ada sebelumnya.

2. Manfaat Praktis

   Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan informasi bagi perusahaan penyedia jasa transportasi online untuk mengetahui faktor apa saja yang dapat mempengaruhi keputusan pengguna jasa transportasi online, sehingga dapat dijadikan bahan evaluasi bagi perusahaan kedepannya dalam memperbaiki kekurangan layanan transportasi online tersebut, sehingga dapat bersaing dengan perusahaan jasa yang sejenis dan keputusan pengguna meningkat.

G. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah penyusunan skripsi, maka diperlukan sistematika penulisan agar skripsi ini dapat tersusun secara sistematis. Adapun sistematika penulisan pada skripsi ini terdiri dari lima bab, antara lain:

Bab I Pendahuluan

Pada bab ini berisi mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II Telaah Pustaka

Pada bab ini berisi mengenai teori-teori yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti, seperti membahas teori tentang harga, kemudahan, kualitas pelayanan dan keputusan pengguna. Selain itu, pada bab ini juga berisi penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian.

Bab III Metodologi Penelitian

Pada bab ini berisi mengenai metode penelitian yang digunakan oleh peneliti, meliputi tempat dan waktu penelitian, pendekatan dan metode penelitian, populasi dan sampel penelitian, teknik pengumpulan data, jenis dan sumber data penelitian, instrumen penelitian, definisi operasional variabel, dan teknis analisis data penelitian.

Bab IV Hasil dan Pembahasan Penelitian

Pada bab ini berisi mengenai seluruh hasil analisis penelitian yang dilakukan peneliti melalui teknis analisis data yang digunakan, dimana menjelaskan mengenai hasil analisis dari pengaruh harga, kemudahan, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pengguna jasa transportasi online Maxim.

Bab V Penutup

Pada bab ini berisi mengenai kesimpulan hasil penelitian yang sudah diteliti dan saran dari peneliti mengenai solusi permasalahan yang diteliti.