

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Transportasi online muncul dalam kondisi transportasi yang belum stabil di Indonesia. Beberapa perusahaan besar sedang berjuang untuk mengembangkan bisnis transportasi berbasis aplikasi web. Teknologi mutakhir yang kita miliki saat ini, kebutuhan masyarakat umum dapat dipenuhi melalui penyiapan makanan, binatu, dan aktivitas lainnya. Untuk mengembangkan bisnis yang menguntungkan, setiap perusahaan harus selalu memiliki ide - ide kreatif agar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat luas.

Ide-Ide kreatif menjadi suatu yang sangat di perhatikan dan digunakan Sekarang pada kalangan masyarakat Indonesia. Transportasi internet sudah menjadi hal yang sering diigunakan di kalangan masyarakat Indonesia. pelanggan dengan meningkatkan kualitas layanan, mempermudah penyelesaian transaksi, menjaga jadwal pelanggan tetap pada waktunya, memberikan mereka pengalaman yang menyenangkan, dan cara lain yang sesuai. Pembaharuan yang datang dari kemajuan dan perkembangan teknologi yang bertujuan untuk mempermudah kehidupan manusia dalam berinovasi dalam sektor transportasi umum.

Perkembangan teknologi internet di Indonesia telah membawa banyak peluang, yang utama di antaranya adalah munculnya banyak start'up digital di berbagai bidang. Salah satu start'up baru-baru ini yang telah tumbuh menjadi perubahan yang signifikan dan pelopor dalam industri transportasi Indonesia adalah Maxim.

Maxim yang awalnya hanya dapat dicari dan diakses secara konvensional, dan sekarang dapat diakses secara online tanpa memakan waktu dan dicari di mana saja. Hadirnya Maxim online dapat memberikan warna baru pada industri kreatif yang bergerak di bidang transportasi, dimana Aplikasi Maxim telah menjadi solusi meskipun banyak pertimbangan masyarakat seperti keamanan, kenyamanan, dan pendapatan para driver. Masyarakat juga sering memberikan tip sebagai tambahan untuk membayar pelanggan . Pemberian Tawarkan insentif online kepada pengemudi sepeda motor untuk mendorong rasa semangat dalam bekerja.

Pengaruh dalam memberikan insentif kepada driver ojek online di Kota Lhokseumawe yang memberikan semangat kepada driver dalam meningkatkan kinerja kerja sehinggal bisa membantu perusahaan penyedia ojek online membuat kebijakan insentif yang lebih sesuai dengan kebutuhan para pengemudi. Selain itu, penelitian ini dapat berdampak positif pada industri ojek online secara keseluruhan dengan meningkatkan kesehatan dan kepuasan pengemudi serta meningkatkan kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan di Kota Lhokseumawe.

Perkembangan teknologi internet di wilayah aceh, terutama di Kota Lhokseumawe yang telah membuka berbagai peluang baru di sektor digital. Salah satu dampak signifikan dari perkembangan ini adalah munculnya banyak star'tup digital di berbagai bidang, termasuk industri transportasi. Konektivitas yang lebih baik dan akses ke internet yang semakin luas, Kota Lhokseumawe telah menjadi tempat perkembangan inovasi teknologi. Star'tup ini tumbuh pesat berkat dukungan infrastruktur digital dan telah menjadi pelopor dalam mengubah cara masyarakat berinteraksi dengan layanan transportasi dengan melalui pemanfaatan teknologi seperti aplikasi berbasis mobile dan platform digital lainnya, mereka berhasil

menyediakan layanan transportasi yang lebih cepat, efisien, dan mudah diakses oleh masyarakat.

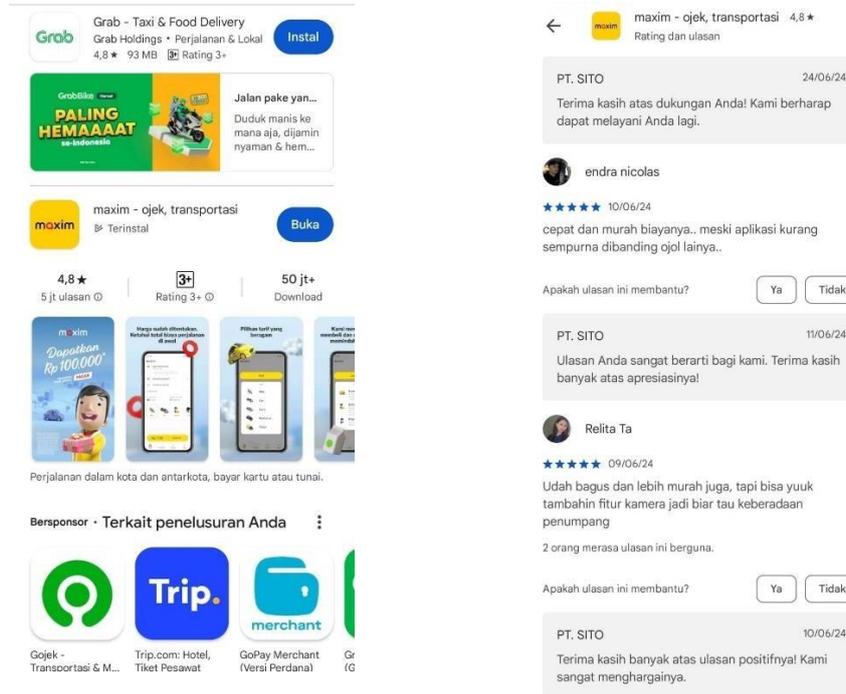
Pengalaman dan keterampilan yang diberikan kepada pelanggan saat menggunakan layanan ojol seperti Maxim akan mempengaruhi pada loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan merupakan aset berharga bagi suatu perusahaan dalam membangun hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan. Keuntungan berpengaruh terhadap industri pada pengiriman online pada manajemen loyalitas pelanggan yang sangat penting untuk memastikan kepuasan pengguna dan keberlanjutan penggunaan layanan. Kegiatan seperti menjaga kualitas pelayanan dalam menanggapi keluhan pelanggan pada saat melakukan pengiriman khusus serta menjamin kenyamanan dan keamanan selama perjalanan pengiriman barang sehingga dapat meningkatkan loyalitas pelanggan pada aplikasi maxim.

Loyalitas pelanggan merupakan komitmen yang kuat dari pelanggan untuk terus menggunakan atau membeli barang atau jasa dari suatu perusahaan secara berkelanjutan di masa yang akan datang, meskipun kondisi atau situasi berubah. Loyalitas ini menunjukkan bahwa pelanggan memiliki kepercayaan dan keterikatan emosional terhadap merek atau jasa yang dipilihnya, dimana para pembisnis yang dinamis, memiliki faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pelanggan, seperti perubahan harga, inovasi kompetitif, atau perubahan kebutuhan pribadi. Setiap pelanggan akan setia selalu memilih untuk kembali menggunakan produk, karena mereka merasa dilayani dengan baik sehingga mendapatkan uang dari pelanggan dan kepercayaan terhadap kepuasan pada perusahaan.

Perusahaan mengatasi tantangan pasar dan persaingan di kalangan pelanggan dimana pelanggan cenderung terhadap godaan pesaing dan lebih konsisten dalam berperilaku melakukan pembelian. Sehingga menjadikan loyalitas sebagai sumber keunggulan kompetitif yang penting bagi perusahaan yang ingin mempertahankan pertumbuhan jangka panjang.

Dalam permintaan layanan, pelanggan yang responsif cenderung mencari penyedia yang memiliki nilai dan pendekatan pragmatis yang serupa pada pelanggan. Membantu menciptakan hubungan yang lebih kuat dan komite yang kohesif sebagai bentuk memenuhi kebutuhan relasional pelanggan. Kesamaan dalam bentuk nilai-nilai relasional pelanggan sebagai berikut: kepercayaan, transparansi, dan komitmen terhadap kualitas, menjadi kunci dalam membangun kualitas layanan pada pelanggan. Sehingga penyediaan layanan dan pelanggan berbagi visi yang sama ini meningkatkan hubungan jangka panjang yang menguntungkan kedua belah pihak.

Dampak Loyalitas yang didasarkan pada dua kriteria yaitu sikap dan perilaku, dalam pendekatan behaviora memiliki keseimbangan antara kesetiaan dan pengkhianatan. Keseimbangan antara kesetiaan dan pengkhianatan memiliki perilaku yang tidak berulang dimana perilaku pelanggan yang tidak melibatkan aspek yang berkaitan dengan perasaan atau kepemilikan, dengan hal tersebut pembeli suatu produk secara berulang-ulang. Berikut gambar 1.1 respon pelanggan berserta bentuk Aplikasi Maxim di play store :



Gambar 1.1 Respon Pelanggan Terhadap Aplikasi Maxim Berdasarkan

gambar di atas, pelanggan memiliki tingkat puas dengan pengalaman mereka dan kemungkinan besar mereka akan kembali lagi dan menggunakan produk atau layanan yang sama di masa mendatang. Kepuasan pelanggan merupakan landasan dari loyalitas pelanggan dan salah satu faktor utama yang mendukung hal tersebut dalam memberikan kualitas layanan atau produk yang ditawarkan. Kualitas yang sangat penting dalam membentuk opini dan persepsi pelanggan dalam membentuk rasa pelanggan terhadap produk dan layanan yang mereka terima dan konsisten pada berkualitas tinggi pada pelanggan, sehingga mereka cenderung mengembangkan kepercayaan terhadap merek tersebut. Kepercayaan ini adalah landasan dari loyalitas pelanggan di mana merek tidak hanya merasa puas tetapi juga lebih mungkin untuk merekomendasikan merek tersebut kepada orang lain dan kembali untuk melakukan pembelian di masa depan.

Pengalaman positif dan konsisten memang sangat penting dalam menciptakan kepuasan terhadap pelanggan pada suatu merek. Pelanggan berulang kali untuk mendapatkan pengalaman yang memuaskan dari sebuah merek, sehingga mereka cenderung mengidentifikasikannya sebagai favorit dan pengalaman dalam menciptakan rasa kepercayaan dan kenyamanan dalam sebuah merek sehingga pelanggan lebih cenderung kembali dan setia pada merek tersebut dari pada mencoba merek lain. Kepuasan berulang inilah yang membangun loyalitas jangka panjang, di mana pelanggan tidak hanya kembali tetapi juga menjadi tertarik kepada merek dengan merekomendasikan produk atau layanan tersebut kepada orang lain.

Karakteristik pelanggan didasarkan pada tiga hal yaitu pikiran, emosi, dan hasil. Secara umum, pelanggan memiliki lebih banyak pilihan, pertama dari sisi mental, kemudian dari sisi emosional, dan terakhir dari sisi afektif. Ketiga situasi ini berdampak buruk terhadap aplikasi Maxim. Dalam bisnis jasa, terutama yang bergerak di bidang ojek online dan dinamika persaingan yang semakin ketat terhadap perusahaan dan menggunakan strategi yang efektif untuk menarik perhatian serta mendapatkan hati pelanggan. Strategi yang tepat dalam menarik minat pelanggan untuk melakukan jasa yang ditawarkan adalah meningkat perkembangan promosi terhadap daya minat pelanggan pada aplikasi ojek online dijamin sekarang.

Promosi merupakan suatu kegiatan yang dilakukan untuk menyampaikan pesan tertentu kepada pelanggan tentang produk dalam bentuk barang atau jasa, bisnis atau franchise, atau sesuatu yang lain sepenuhnya, untuk membantu dalam pengambilan keputusan untuk meningkatkan penjualan. Keputusan pelanggan dapat pengaruh besar terhadap promosi dimana dimensi atau indikator promosi

adalah frekuensi promosi, kualitas promosi, kuantitas promosi, dan waktu promosi berpengaruh terhadap dimensi atau indikator keputusan penggunaan jasa ojekonline Kotler & Keller, (2007). Karakteristik yang diperhatikan dalam aplikasi Maxim terdapat administratif, dimana informasi tentang promosi yang di berikan kepada pelanggan dapat diterima dengan baik dan jelas sehinggann pengguna aplikasi maxim mengetahui promosi yang telah di informasikan. Pada gambar 1.2 suatu kegiatan promosi yang di lakukan oleh maxim di Kota Lhokseumawe:



Gambar 1.2 Promosi Maxim Lhokseumawe

Pada gambar di atas memberikan berbagai fasilitas yang di berikan dalam memberikan informasi promosi pada pelanggan yang pengguna Aplikasi maxim di Kota Lhokseumawe, dimana informasi tentang promosi yang diberikan kepada pelanggan dan harga yang begitu murah terhadap fasilitas kendaraan bermotor dalam aplikasi maxim.

Perkembangan Teknologi yang berinovatif sebagai kebutuhan pelanggan yang dibutuhkan di jaman sekarang, dimana pengiriman paket skala besar dengan

kendaraan yang terbatas dalam memberikan kualitas pelayanan kepada wisatawan dan teknologi yang mudah digunakan dan aman bagi pelanggan. Perkembangan ini mengalami kenaikan di kota-kota besar dan provinsi sehingga meningkatkan kualitas pelayanan pada aplikasi Maxim.

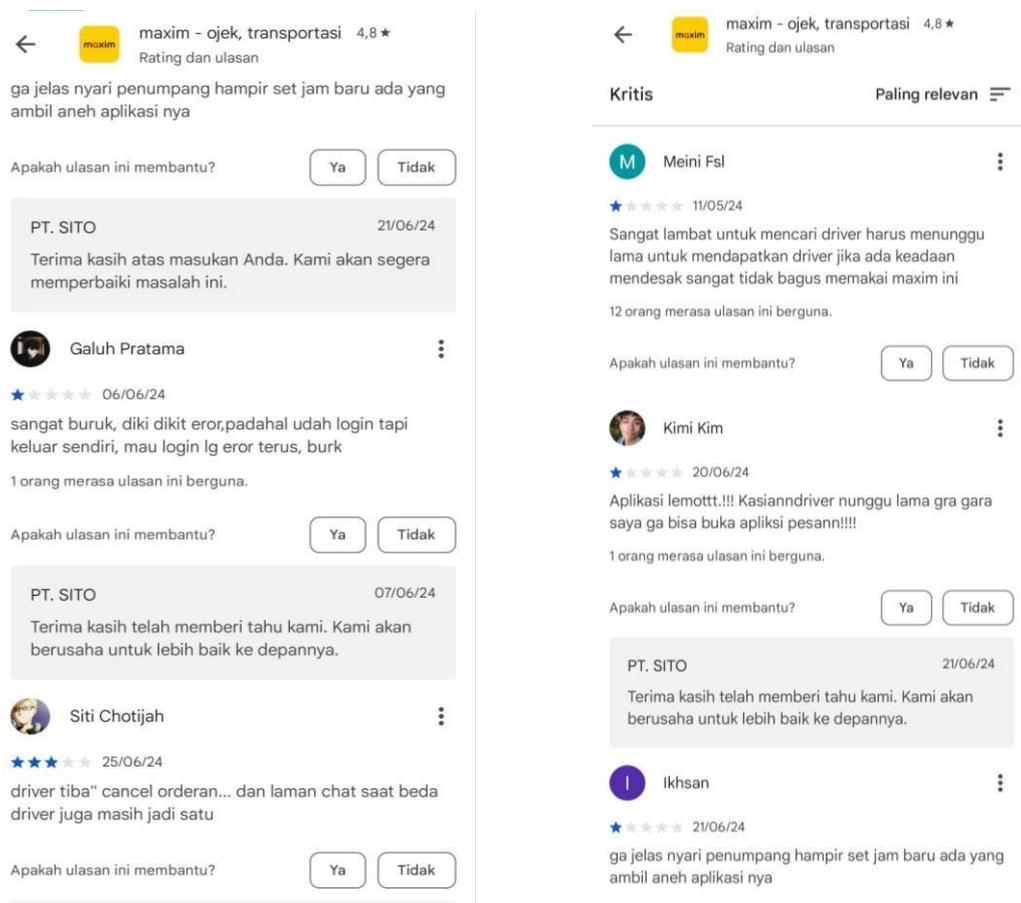
Kualitas pelayanan merupakan suatu kualitas yang memenuhi kebutuhan pelanggan dengan sebaik mungkin sesuai harapan pelanggan. Langkah-langkah pertama dalam mencapai kesuksesan bisnis adalah memahami cara meningkatkannya kualitas produk atau layanan. Pelayanan Pelanggan memberikan jawaban tertentu terhadap kebutuhan pelanggan sehingga Perusahaan mempunyai kualitas tinggi terhadap layanan yang memenuhi harapan pelanggan.

Kenyamanan adalah salah satu komponen khusus dalam memberikan layanan pelanggan yang memuaskan. Berikut beberapa cara untuk meningkatkan kualitas layanan yaitu : Pemahaman Kebutuhan Pelanggan, Pelatihan Staf, Standar Kualitas, Penggunaan Teknologi, Umpan Balik dan Penyesuaian, Periklanan dan Komunikasi, Layanan Purna Jual, Personalization. Aspek-aspek meningkatkan kualitas pelayanan dalam mengembangkan loyalitas pelanggan dengan kuat, sehingga pelanggan akan kembali ke aplikasi Maxim.

Citra merek memainkan peran penting dalam bagaimana pelanggan memandang dan berinteraksi dengan suatu produk atau perusahaan. Citra yang positif dapat secara signifikan mempengaruhi keputusan pembelian dan tingkat loyalitas pelanggan. Memahami dalam mengelola citra merek perusahaan yang baik hingga mempengaruhi pelanggan dalam melihat dan mempengaruhi keputusan pembelian. Keluhan pelanggan banyak diungkapkan tentang keselamatan seperti kurangnya helm, kedap air, dan kecepatan driver saat berkendara. Terkait

permintaan pangan sehingga perkiraan waktu penggunaan yang tidak sesuai kenyataan dan harga juga tidak menentu. Ketidakpuasan pelanggan menyebabkan pembatalan dan penurunan penilaian.

Berdasarkan Gambar 1.3 pada Tanggapan/Keluhan Pelanggan terhadap Aplikasi Maxim:



Gambar 1.3 Tanggapan/Keluhan Pelanggan Pada Aplikasi Maxim

Pada gambar diatas dapat dilihat bahwa pelanggan Maxim mengeluh tentang layanan aplikasi maxim, sehingga driver maxim harus memberikan perubahan terhadap keluhan pelanggan dan memberikan pandangan yang baik kepada pelanggan agar mendapatkan respon dan ranting terbaik terhadap mitra. Semakin banyak bisnis yang bersaing dan bergabung untuk menciptakan layanan online dengan tujuan untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan pelanggan dan

menawarkan promosi sehingga dapat menarik pelanggan baru dan kembali untuk menggunakan layanan tersebut. Dengan menggunakan layanan dan promosi yang ditawarkan pelanggan dapat mendapat manfaat dari beberapa keuntungan. Keuntungan dan manfaat yang diberikan Maxim bagi pengguna adalah sebagai berikut : mudah memahami titik jemput dan tarif yang muncul di aplikasi sehingga pengguna dapat bertukar uang lebih cepat dan praktis.

Tingkat layanan pelanggan yang baik dapat menghasilkan kepuasan yang tinggi dan memotivasi pelanggan untuk melakukan pembelian. Apabila kualitas pelayanan yang diberikan oleh fitur-fitur aplikasi Maxim menarik bagi pelanggan dan diterima pelanggan sesuai dengan apa yang diharapkannya maka kualitas tersebut dapat dikatakan baik dan memadai.

Kualitas produk yang ditawarkan merupakan suatu fakta bahwa dunia driver dan suatu produk sangat berpengaruh terhadap kualitas pelayanan dan kepercayaan pelanggan, kualitas produk yang ditawarkan berfungsi sebagai dasar untuk mengembangkan loyalitas pelanggan. Kualitas pelayanan bersifat dinamis yaitu pelayanan yang diberikan kepada pelanggan bagaimana tuntutan yang dituntutan oleh pelangganya. Driver Maxim di Kota Lhokseumawe juga memberikan pelayanan secara online atau offline di sekitar lhokseumawe mempermudah pelanggan dalam memesan dan menerapkan teknik *experiential marketing* pada aplikasi Maxim di Kota Lhokseumawe agar mengetahui bagaimana minat pelanggan.

Experiential marketing merupakan sebuah pendekatan untuk memberikan informasi yang lebih dari sekedar informasi mengenai sebuah produk atau jasa,

pengalaman pelanggan dalam mengkonsumsi barang dan jasa erat kaitannya dengan konsep *Experiential Marketing*.

Prinsip yang diterapkan oleh Maxim di kota Lhokseumawe dalam pemasaran yang digunakan untuk meningkatkan emosi pelanggan adalah *experiential marketing* yaitu jenis pemasaran pelanggan yang tidak hanya menerima informasi dan kesempatan untuk mengetahui imbalan yang mungkin didapat. Penjualan yang diberikan dalam melihat perasaan pelanggan dan sikap yang di miliki oleh pelanggan maka *Experiential Marketing* suatu cara untuk membuat pengguna jasa mendapatkan pengalaman yaitu : panca indera (*sense*), menciptakan pengalaman efektif (*feel*), menciptakan pengalaman berpikir secara kreatif (*think*), menciptakan pengalaman pelanggan yang berhubungan dengan tubuh secara fisik, dengan perilaku dan gaya hidup serta dengan pengalaman - pengalaman sebagai hasil dari interaksi dengan orang lain (*act*), juga menciptakan pengalaman yang terhubung dengan keadaan sosial, gaya hidup, dan budaya yang dapat direfleksikan merek tersebut yang merupakan pengembangan dari *sensations, feelings, cognitions dan actions (relate)* Batat (2019). Suatu proses sosial dan manajerial yang membuat individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan lewat penciptaan dan pertukaran timbal balik produk dan nilai dengan orang lain Kotler dan Keller dalam Hadiwidjaja & Dharmayanti, (2014).

Pengalaman pemasaran yang menawarkan peluang pada pelanggan dalam memberikan informasi komprehensif tentang produk, layanan, dan penawaran. *Experiential marketing* dapat membantu Maxim di Kota Lhokseumawe membuat keputusan pembelian yang tepat. Aspek emosional dan rasional yang dimaksudkan untuk dievaluasi oleh program dan kedua aspek ini seringkali memberikan hasil

yang tidak terduga. *Experiential Marketing* ialah strategi atau gagasan perniagaan yang bertujuan menginformasikan komunitas yang ditawarkan dengan cara yaitu menarik perhatian pelanggan, menggugah emosi atau hatinya untuk meninggalkan kesan yang positif tentang produk yang dijual ke dalam hati dan pikiran.

Aplikasi Maxim adalah perusahaan teknologi internasional yang menyediakan layanan transportasi petualangan serta layanan lainnya seperti pengiriman makanan dan minuman, kargo, dan layanan lainnya. Beberapa layanan transportasi online ini dapat disesuaikan untuk memenuhi kebutuhan spesifik masing-masing aplikasi, karena menawarkan layanan sederhana dan harga yang murah dibandingkan dengan pilihan lain yang terjangkau maka Maxim akan menonjol sebagai salah satu alternatif yang paling menarik untuk pilihan transportasi online yang tersedia di Kota Lhokseumawe.

Fitur Maxim yang tersedia di aplikasi internet adalah sebagai berikut: 1. Maxim Bike, 2. Maxim Car, 3. Maxim Food, 4. Maxim Delivery, 5. Maxim Cargo, 6. Maxim Life, 7. Maxim Pembersihan. Layanan Maxim yang merupakan salah satu platform ride-hailing, memungkinkan untuk memanggil driver dengan cara mengunduh aplikasi Maxim di smartphone. Setelah aplikasi diunduh dan diinstal, pelanggan dapat mendaftar atau masuk, lalu mengatur lokasi penjemputan dan bertujuan untuk memesan layanan transportasi. Aplikasi ini juga biasanya menyediakan berbagai fitur tambahan seperti pelacakan perjalanan, estimasi biaya, dan pilihan jenis kendaraan lainnya.

Berbagai manfaat yang diberikan oleh aplikasi Maxim untuk perusahaan, pemerintah, masyarakat, dan mitra usaha patungan. Layanan pengiriman online memberikan manfaat dan keuntungan kepada pelanggan dari biaya yang lebih

rendah kepada pelanggannya. Adapun kerja driver Maxim menerapkan sistem penjadwalan kerja yang sangat fleksibel dan modular dimana Mitra driver bebas menentukan jam kerja dalam menentukan jumlah pesanan dan pendapatan yang ingin diperoleh setiap hari Meirina Suri dkk (2023).

Kemajuan teknologi mampu mengurangi kecemasan perempuan dan dapat membantu perekonomian keluarga yang berada di kota Lhokseumawe, Oleh karena itu mereka lebih bersedia berkontribusi pada komunitasnya pada relasi gender yang berasal dari struktur sosial yang menunjukkan antara pekerja rumah atau di ruang publik. Kebijakan nasional yang akan diterapkan sedemikian rupa sehingga mereka akan bekerja sebagai broker di Internet Serta bagaimana ikatan sosial yang terbentuk setelah memutuskan menjadi driver taksi online di kelompoknya dan bagaimana anggota kelompoknya mendapatkan reward setelah bersedia menjadi driver taksi online.

Kepuasan pelanggan meningkat dan umpan balik antar pelanggan juga meningkat sehingga masyarakat loyal terhadap suatu pelayanan dan pelanggan loyal terhadap penyedia jasa yang merasa nyaman dan aman saat menggunakan. Keyakinan merupakan evaluasi individu setelah menerima, mengolah dan mengumpulkan informasi yang menghasilkan penilaian dan asumsi yang berbeda. Berdasarkan fenomena diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul **“Analisis Bisnis Driver Pada Aplikasi Maxim Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Kota Lhokseumawe”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah analisis bisnis driver (promosi) berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Aplikasi maxim di Kota Lhokseumawe?
2. Apakah analisis bisnis driver (kualitas pelayanan) berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Aplikasi maxim di Kota Lhokseumawe?
3. Apakah analisis bisnis driver (*Experiential Marketing*) berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Aplikasi maxim di Kota Lhokseumawe?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui analisis bisnis driver (promosi) terhadap loyalitas pelanggan pada Aplikasi maxim di Kota Lhokseumawe.
2. Untuk mengetahui analisis bisnis driver (kualitas pelayanan) terhadap loyalitas pelanggan pada Aplikasi maxim di Kota Lhokseumawe.
3. Untuk mengetahui analisis bisnis driver (*Experiential Marketing*) terhadap loyalitas pelanggan pada Aplikasi maxim di Kota Lhokseumawe.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini bertujuan untuk menambah wawasan serta pengetahuan bagi pihak peneliti tentang analisis bisnis driver terhadap loyalitas pelanggan pada Aplikasi maxim di Kota Lhokseumawe.

2. Bagi Masyarakat

Sebagai sumber informasi dalam mengenal Aplikasi maxim lebih dalam dan bisa jadi acuan buat penelitian selanjutnya yang mendatang. memberikan informasi dan pengetahuan yang diperlukan untuk memecahkan masalah dan menciptakan sikap. Bahkan, manfaat penelitian adalah penerapan temuan, baik untuk pengembangan program dan untuk pengumpulanpengetahuan.

