
Analisis Kepuasan Pengguna Jasa Transportasi Online Maxim Untuk Meningkatkan Loyalitas Pengguna Di Kota Gorontalo

Randi Banggoi¹, Andi Yusniar Mendo², Lisda L. Asi³

*Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Gorontalo, Gorontalo, Indonesia¹
Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Gorontalo, Gorontalo, Indonesia²
Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Gorontalo, Gorontalo, Indonesia³*

Email: randybanggoi17@gmail.com

Abstract: *This study aims to identify the factors of user satisfaction with Maxim online transportation services and to determine the level of user satisfaction with online transportation services and what companies can do to increase user loyalty. This study used a qualitative method with triangulation (combined) data collection techniques. The data collection procedure used in this study was in-depth interviews with users of Maxim online transportation services. The interview technique was carried out using an interview guide. The analysis of research data was descriptive. Based on the findings and analysis, the factors found in user satisfaction with online transportation services were ease of access, service speed, affordable prices, driver friendliness, and vehicle conditions. This study also explained that the level of user satisfaction with Maxim online transportation services was fairly high. However, there were some complaints from users who were dissatisfied with the services provided. Based on these results, companies could increase user loyalty by increasing ease of access and service speed, and maintaining affordable prices and for drivers further improving service to users starting from friendliness, using Maxim attributes to vehicle conditions which was the focus of research on Maxim motor.*

Keywords: *User Satisfaction; Loyalty; Maxim Online Transportation Services*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor kepuasan pengguna jasa transportasi online Maxim dan untuk mengetahui tingkat kepuasan pengguna terhadap jasa transportasi online serta apa yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk meningkatkan loyalitas pengguna. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data triangulasi (gabungan). Prosedur pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam dengan pengguna jasa transportasi online Maxim. Teknik wawancara dilakukan dengan pedoman wawancara. Analisis data penelitian bersifat deskriptif. Berdasarkan hasil temuan dan analisis yang diperoleh, bahwa faktor-faktor yang ditemukan kepuasan pengguna terhadap jasa transportasi online adalah kemudahan akses, kecepatan layanan, harga yang terjangkau, keramahan driver serta kondisi kendaraan. penelitian ini juga menjelaskan bahwa tingkat kepuasan pengguna terhadap jasa transportasi online Maxim cukup tinggi, namun masih ada beberapa keluhan pengguna yang merasa tidak puas dengan layanan yang diberikan. Berdasarkan hasil tersebut, perusahaan dapat meningkatkan loyalitas pengguna dengan meningkatkan kemudahan akses dan kecepatan layanan, serta menjaga harga yang terjangkau dan untuk driver lebih ditingkatkan pelayanan kepada pengguna mulai dari keramahan, memakai atribut Maxim hingga kondisi kendaraan dalam penelitian ini yang menjadi fokus penelitian pada Maxim motor.

Kata Kunci: *Kepuasan Pengguna; Loyalitas; Jasa Transportasi Online Maxim*

PENDAHULUAN

Sejak zaman dulu transportasi sudah banyak digunakan oleh masyarakat sebagai alat untuk memindahkan manusia atau barang dari satu tempat ke tempat lain. Munculnya internet menyebabkan perkembangan dibidang teknologi informasi meningkat, hal ini dimanfaatkan oleh pelaku penyedia jasa transportasi online untuk mengembangkan bisnisnya atau saat ini sering disebut transportasi online (Apriliani et al., 2020).

Perkembangan ilmu dan teknologi yang semakin maju, tidak hanya berakibat pada sektor ekonomi, akan tetapi dibidang penyedia jasa transportasi juga ikut terpengaruh. Perubahan tersebut biasanya ditunjukkan oleh perubahan selera maupun gaya hidup. Pada era modernisasi berkembangnya gaya hidup serba praktis dan instan yang lebih mengutamakan nilai kepraktisan, kecepatan dan efisiensi waktu, hal ini tentunya berpengaruh terhadap penyedia jasa transportasi online dalam merancang produk yang sesuai dengan keinginan maupun kebutuhan gaya hidup masyarakat (Henry Dewantara, 2020).

Dizaman yang serba digital ini masyarakat dituntut untuk mempunyai mobilitas yang tinggi, karena banyak perusahaan yang menyediakan jasa transportasi online. Selain mengurangi kemacetan transportasi online memberikan solusi alternative ditengah padatnya kendaraan agar bisa cepat dan bisa menjangkau tempat yang sulit dijangkau oleh transportasi konvensional, saat ini terjadi sebuah revolusi kreatif dibidang transportasi semuanya dipelopori oleh gadget, alat komunikasi yang berkembang sangat pesat, semuanya telah terakomodasi dalam satu gengaman saja, dulu apabila kita ingin menggunakan transportasi taksi atau ojek, kita harus ke pangkalan terlebih dahulu, namun sekarang kita dengan mudah memesan transportasi yang akan kita gunakan, dengan hanya menggunakan smartphone maka transportasi online akan datang mengahapiri kita dan siap mengantarkan kita ketempat tujuan tanpa harus negosiasi harga (Setyaningsih et al., 2019).

Sebagaimana munculnya berbagai masalah transportasi, semakin banyak pula pembisnis dari sektor jasa transportasi yang berlomba-lomba untuk memunculkan terobosan baru menjawab segala macam masalah yang ada, untuk memenuhi kebutuhan tersebut perlu adanya penyedia jasa yang memberikan pelayanan yang baik dan inovatif agar menciptakan kepuasan dari para pelanggan sehingga dapat terus bersaing dengan penyedia jasa sejenis lainnya (Utari & Amanda, 2021).

Laju perkembangan teknologi khususnya dibidang transportasi berpengaruh terhadap pertumbuhan perekonomian yang semakin maju, perusahaan-perusahaan transportasi terkhusus transportasi online semakin banyak mengeluarkan produk-produk layanan baru yang menjadi unggulan serta pelayanan terbaik untuk menarik pengguna menggunakan jasa transportasi online (Farisi & Siregar, 2020).

Perkembangan dunia usaha yang semakin dewasa ini menghadapi persaingan yang ketat. Perusahaan pada umumnya menginginkan pengguna yang dimilikinya dapat dipertahankan selama-lamanya, untuk mewujudkan hal itu bukanlah sesuatu hal yang mudah di iklim persaingan usaha yang sangat ketat saat ini mengingat adanya perubahan-perubahan yang cepat dapat terjadi setiap saat seperti perubahan diri pelanggan, pesaing maupun perubahan kondisi secara luas yang selalu dinamis, hal ini menuntut kepada para perusahaan transportasi online untuk mengembangkan suatu strategi yang mampu mencapai sasaran pertumbuhan tingkat pemakai berkelanjutan (Robinhot Gultom & Siti Normi, 2020).

Maxim adalah perusahaan internasional yang bergerak dibidang teknologi informasi dimana perusahaan ini menyediakan platform yang mempertemukan pengemudi dan pelanggan secara mudah. Maxim merupakan transportasi online yang bisa dibilang baru di Indonesia. Maxim sendiri sudah ada sejak tahun 2003 lalu. Namun, dulunya maxim hanya sebuah layanan aplikasi taksi di kota Chardinsk yang terletak di pegunungan Ural Rusia. Di Indonesia maxim pertama kali beroperasi pada tahun 2018 membuka kantor pusat di Jakarta di bawah bendera PT Teknologi Perdana Indonesia. Seiring dengan berjalannya waktu layanan transportasi online merambah ke kota-kota di Indonesia. Dilansir dari Uzone.id pada bulan Januari 2022, dalam cakupan geografisnya, layanan beroperasi di lebih dari 1.000 kota di dunia. Kota Gorontalo menjadi kota yang ke 35 di Indonesia. Begitu pun dengan kota-kota besar lainnya di Indonesia yang sudah terlayani maxim (Setyaningsih et al., 2019).

Di Gorontalo sendiri Maxim sudah mulai beroperasi sejak Juli 2020, para driver tersebut tidak pernah berhenti bekerja demi meningkatkan loyalitas pelanggan dan juga berinteraksi dengan para pengemudi dengan tujuan mempromosikan aplikasi yang terbilang baru dibanding dengan para pesaingnya. Maxim sendiri masih membuka pendaftaran bagi calon mitra pengemudi yang ingin bergabung bersama maxim. Pendaftaran mudah hanya melalui aplikasi Taxsee Driver atau melalui kantor Maxim Gorontalo yang berada Gorontalo Bisnis Center (GBC) yang berada di jalan jendral sudirman, kota Gorontalo (andi arifuddin, 2021).

Disisi lain pengemudi Maxim masih sering melakukan tindakan yang dinilai dapat menimbulkan kerugian bagi penumpang, baik itu kerugian yang secara nyata dialami oleh penumpang (kerugian

materil), maupun kerugian secara immateril seperti kekecewaan, ketidak nyamanan hingga rugi waktu yang dirasakan penumpang. Seperti: pengemudi yang tidak menggunakan identitas maxim, perbedaan antara data pengendara pada aplikasi dengan pengendara yang datang menjemput, membatalkan orderan secara sepihak ketika mendapat titik penjemputan yang jauh, pengemudi yang melakukan penagihan ongkos yang tidak sesuai dengan aplikasi dan helm yang disediakan pengemudi kotor dan bau.

Setiap keluhan dari pengguna akan membuat pengguna kurang puas atau bahkan tidak puas dengan aplikasi Maxim. Kepuasan yang pengguna rasakan akan mendorong pengguna untuk melakukan transaksi kembali. Kepuasan pengguna merupakan tujuan utama dari semua perusahaan yang menawarkan produknya, pada dasarnya transportasi online Maxim hadir sebagai solusi dan menjawab akan kebutuhan masyarakat serta menjadi pembeda dengan jenis transportasi lainnya, dengan keunggulan tarif yang jauh lebih murah, aman, tepat waktu dan pemesanan yang cepat, disamping itu Maxim memiliki produk life yang berisi layanan berupa Cleaning messege&SPA dan Laundry. Kategori ini akan memenuhi kebutuhan harian untuk pengguna yang ingin membersihkan rumah, ingin pijat dan juga mencuci pakaian.

Faktor penting lain bagi keberhasilan suatu usaha dalam menghadapi persaingan yang kompetitif adalah loyalitas pelanggan, terciptanya loyalitas pelanggan memungkinkan perusahaan mengembangkan hubungan jangka panjang dengan konsumen. Berdasarkan penelitian terdahulu dari Robinhot Gultom (2020) dan Siti Normi (2020), menyatakan bahwa kepuasan pengguna berpengaruh terhadap loyalitas pengguna.

Pemanfaatan loyalitas ini disebabkan oleh efek jangka panjang loyalitas itu sendiri, dengan harapan pengguna tetap menggunakan jasa ojek online secara terus menerus dan berulang-ulang. Loyalitas memiliki peran penting untuk meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan kinerja maxim. Selain itu pengguna yang loyal dapat mendorong perkembangan dengan memberikan ide atau saran agar meningkatkan kualitas produknya. Berdasarkan uraian tersebut penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul "Analisis Kepuasan Pengguna Jasa Transportasi Maxim Untuk Meningkatkan Loyalitas Pengguna Di Kota Gorontalo"

METODE PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor kepuasan pengguna jasa transportasi online Maxim dan untuk mengetahui tingkat kepuasan pengguna jasa transportasi online serta apa yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk meningkatkan loyalitas pengguna di Kota Gorontalo. Dengan mendeskripsikan hasil temuan penelitian.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif, sebagaimana yang dikemukakan oleh Sugiyono (2018) metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah dimana peneliti adalah instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif makna dari pada generalisasi.

Pendekatan kualitatif dipilih karena dalam penelitian ini peneliti melakukan wawancara terhadap pengguna jasa transportasi online Maxim, peneliti memilih 10 informan yang dijadikan narasumber. Menurut (Lincoln dan Guba, 1985) peneliti memilih orang tertentu yang dipertimbangkan akan memberikan data atau informasi yang diperlukan. Berdasarkan hasil wawancara tersebut peneliti kemudian melakukan analisis sesuai dengan teori yang berkaitan dengan masalah tersebut. Adapun teknik wawancara yang dilakukan dengan menggunakan pedoman wawancara.

Pengecekan Keabsahan Data

Keabsahan data merupakan teknik yang digunakan agar penelitian kualitatif dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah. Adapun langkah – langkah yang dilakukan peneliti yaitu:

1. Pendiskusian Teman Sejawat

Teknik dilakukan dengan cara mengekspos hasil sementara atau hasil akhir yang diperoleh dalam bentuk diskusi dengan rekan-rekan sejawat. Teknik ini mengandung beberapa maksud sebagai salah satu teknik pemeriksaan keabsahan data, untuk membuat agar peneliti sikap terbuka dan kejujuran

2. Perpanjangan Keikutsertaan

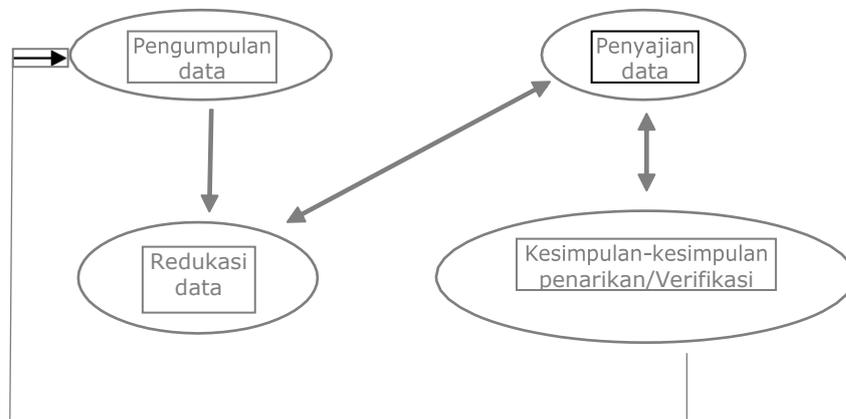
Perpanjangan keikutsertaan berarti peneliti tinggal dilapangan penelitian sampai kejenuhan pengumpulan data tercapai (Moleong, 2014). Keikutsertaan peneliti sangat menentukan dalam pengumpulan data. Perpanjangan keikutsertaan peneliti akan memungkinkan derajat kepercayaan data yang dikumpulkan.

3. Trigulasi

Keabsahan data penelitian ini diuji dengan triangulasi. Menurut (Moleong, 2014) triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu. Triangulasi digunakan untuk mengetahui keabsahan data dari sumber data penelitian.

Analisis Data

Menurut Sugiyono (2018) Teknik analisis data kualitatif yang digunakan yaitu model Miles dan Huberman yang dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Model Analisis Data Interaktif Miles dan Huberman

a. Reduksi data

Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data yang muncul dari catatan-catatan lapangan (Patilima, 2004). Reduksi data berlangsung secara terus menerus selama pengumpulan data berlangsung. Setelah data primer dan sekunder terkumpul dilakukan dengan memilah data, membuat tema - tema, mengkategorikan, memfokuskan data sesuai dengan bidangnya, membuang, Menyusun data dalam suatu cara dan membuat rangkuman-rangkuman dalam satuan analisis, setelah itu baru pemeriksaan data Kembali dan mengelompoknya sesuai dengan masalah yang diteliti.

b. Penyajian data

Penyajian yang dimaksud Miles dan Huberman, sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan simpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian yang paling sering digunakan pada data kualitatif pada masa lalu adalah bentuk teks naratif. Bentuk analisis ini dilakukan dengan menyajikan data dalam bentuk narasi, di mana peneliti menggambarkan hasil temuan data dalam bentuk uraian kalimat bagan, hubungan antar kategori yang sudah berurutan dan sistematis.

c. Penarikan kesimpulan

Langkah ketiga dari analisis data kualitatif menurut Miles dan Huberman adalah penarikan simpulan dan verifikasi. Simpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Meskipun pada reduksi data kesimpulan sudah digambarkan, itu sifatnya belum permanen, masih ada kemungkinan terjadi tambahan dan pengurangan (Nursapiah, 2020).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pengguna Dalam Menggunakan Jasa Transportasi Online Maxim Kota Gorontalo

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan yang telah menggunakan jasa transportasi online Maxim, berikut faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pengguna dalam menggunakan jasa transportasi online Maxim di Kota Gorontalo:

1. Kemudahan akses

Transportasi online Maxim saat ini mengalami peningkatan yang sangat pesat, hal ini dibuktikan dengan hadirnya berbagai inovasi dalam peningkatan fitur-fitur yang mendukung keberadaan transportasi online, di samping tersedianya berbagai layanan yang telah hadir dalam aplikasi, hal ini memudahkan akses konsumen untuk kebutuhan hidupnya sehari-hari, namun kita tidak bisa melupakan dampak lain yang ditimbulkan dari proses berjalannya layanan tersebut, seperti kondisi polusi udara yang semakin buruk akibat asap kendaraan yang dihasilkan dari para pengemudi ojek online dan kemacetan yang ditimbulkan (Redaksi, 2022). Di samping itu hasil penelitian menunjukkan bahwa ada beberapa keluhan yang disampaikan oleh informan diantaranya: aplikasi Maxim masih sering bermasalah di waktu tertentu, biasanya saat memesan layanan Maxim ada lebih dari 1 orang driver yang datang menjemput. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil wawancara pada saat penelitian.

2. Kecepatan layanan

Kecepatan layanan yang diberikan kepada pengguna juga dapat mempengaruhi kepuasan, pengguna yang merasa layanan yang diberikan oleh driver terlalu lama mengambil orderan akan merasa kurang puas dan bisa jadi pengguna akan memutuskan untuk tidak memakai jasa transportasi online Maxim dikemudian hari. Berdasarkan hasil penelitian ada beberapa driver Maxim yang sangat lambat mengambil orderan parahnya lagi nanti ditambahkan biaya driver akan cepat mengambil orderan tersebut. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil wawancara pada saat penelitian.

3. Harga yang terjangkau

Harga yang terjangkau juga mempengaruhi kepuasan pengguna jasa transportasi online Maxim, pengguna yang merasa bahwa harga yang ditawarkan oleh perusahaan jasa transportasi online Maxim ini sangat kompetitif dan sesuai dengan nilai yang diterima cenderung lebih puas dengan layanan yang diterima.

Development Manager Maxim Indonesia Imam Mutamad mengakui tarif murah yang dikenakan di tahap awal merupakan upaya promosi, pihaknya pun hanya mengenakan komisi 10% pada mitra pengemudi. Dia menegaskan upaya yang dihadirkan Maxim memberikan pilihan kepada pelanggan dan pengemudi (Rahajeng Kusumo Hastuti, 2019). Berdasarkan hasil penelitian harga yang diberikan oleh perusahaan jasa transportasi online Maxim lebih murah dibanding dengan perusahaan sejenisnya. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil wawancara pada saat penelitian

4. Keramahan driver

Keramahan driver pada saat melaksanakan orderan juga mempengaruhi kepuasan pengguna jasa transportasi online Maxim, pengguna yang merasa pelayanan emosional yang diberikan oleh driver dalam hal keramahan tentu akan menjadi nilai tersendiri bagi konsumen, driver yang melayani dengan ramah tentu akan membuat pengguna lebih puas dengan layanan yang diberikan. Berdasarkan hasil penelitian ada beberapa driver Maxim yang kurang ramah saat memberikan layanan kepada pengguna. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil wawancara pada saat penelitian.

5. Kondisi kendaraan

Kondisi kendaraan juga mempengaruhi kepuasan pengguna jasa transportasi online Maxim, sebab pengguna akan sangat merasa puas apabila pada saat menjalankan orderan, driver menggunakan kendaraan dalam keadaan baik sehingga cepat dalam menyelesaikan orderan yang dijalankan. Berdasarkan hasil penelitian ada beberapa driver menggunakan kondisi kendaraan kendaraan kurang baik. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil wawancara pada saat penelitian.

Tingkat Kepuasan Pengguna Terhadap Jasa Transportasi Online Maxim Kota Gorontalo

Provinsi Gorontalo khususnya Kota Gorontalo merupakan bagian penting di bagian timur teluk tomini sebagai nadi perekonomian indonesia, ojek transportasi online seperti Maxim tidak mau ketinggalan menjadi bagian penting dari kota yang penuh dengan sejarah tersebut, dengan adanya transportasi online Maxim ini tentu membawa dampak positif bagi masyarakat Gorontalo dalam hal perekonomian dengan penghasilan yang terbilang lumayan. Kepuasan pengguna merupakan aspek terpenting dalam dunia bisnis dengan begitu dalam pemenuhan kepuasan pengguna perusahaan maupun driver harus memberikan pelayanan terbaik bagi konsumen, kepuasan menjadi salah satu elemen utama dalam upaya untuk mengiterprestasikan ketahanan konsumen yang telah ada ataupun untuk menarik konsumen yang baru.

Tingkat kepuasan pengguna terhadap jasa transportasi online Maxim di Kota Gorontalo. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pengguna jasa transportasi online Maxim cukup tinggi, namun masih ada beberapa pengguna yang merasa tidak puas dengan layanan yang diberikan. Hal ini dapat dilihat dari sejumlah keluhan yang disampaikan oleh informan terkait keterlambatan layanan, akses layanan hingga kondisi kendaraan yang kurang baik.

Indikator Kepuasan

1. Kesesuaian harapan

Kesesuaian harapan terhadap kepuasan pengguna jasa transportasi online Maxim di Kota Gorontalo. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar pengguna menyampaikan puas terhadap transportasi online maxim, namun ada juga yang harus menjadi perhatian penting bagi perusahaan.

2. Minat berkunjung kembali

Minat berkunjung kembali terhadap kepuasan pengguna jasa transportasi online Maxim di Kota Gorontalo. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian informan menyampaikan, untuk pelayanan lebih ditingkatkan lagi karena ada beberapa driver yang kurang ramah saat melayani pengguna, untuk nilai dan manfaat, sangat bermanfaat sebab Maxim membantu segala kebutuhan pengguna sehari-hari, untuk fasilitas lebih diperbaiki lagi karena sering kali menemukan driver yang tidak menggunakan atribut Maxim dan juga helm yang berikan bau dan kotor.

3. Kesiediaan merekomendasi

Kesiediaan merekomendasi terhadap kepuasan pengguna jasa transportasi online Maxim di Kota Gorontalo. Hasil penelitian menunjukkan sebagian besar informan merekomendasikan kepada teman, keluarga hingga pacar untuk menggunakan transportasi online Maxim.

Adapun standar pelayanan Maxim yang harus diperhatikan adalah sebagai berikut:

1. Sering bermasalah saat memesan

Sudah sama-sama kita ketahui, saat ini kita tengah berada di era revolusi industri gelombang keempat atau revolusi 4.0. era ini ditandai dengan makin merebaknya penggunaan smart phone dan fasilitas internet dalam melayani kehidupan manusia, kemajuan teknologi infotematika berbasis internet telah dimanfaatkan untuk mempermudah dan menyediakan berbagai fasilitas kehidupan manusia termasuk diantaranya layanan aplikasi Maxim (Ropiyadi Alba, 2020).

Keberadaan ojek online seolah menjadi solusi bagi akselerasi pemenuhan kebutuhan transportasi online bagi masyarakat khususnya diperkotaan. Saat ini banyak diantara kita yang dengan mudahnya, hanya cukup meng-install aplikasi Maxim di samrtphone kemudian dapat memesan secara online kapanpun dan dimana pun, namun seiring berjalannya waktu ada saja kendala yang temui pengguna dalam memesan layanan, misalnya: memesan layanan kemudian ada lebih dari satu driver yang datang menjemput dan bermasalah saat memesan diwaktu hujan.

2. Ketidakesesuaian antara foto pengemudi yang datang menjemput

Maxim sudah menjadi salah satu transportasi yang sangat menjanjikan, selain aman dengan ojek online harganya juga sangat terjangkau karena sudah sudah jelas rute yang dituju, namun sayangnya berkembangnya ojek online saat ini semakin tidak produktif, karena ada beberapa hal

sering dikeluhkan oleh pengguna, salah satunya ketidaksesuaian antara foto pengemudi di aplikasi dengan pengemudi yang datang menjemput (Syifa Fauziah, 2019).

"Sebenarnya yang paling mudah dari kasus ini adalah konsumen jangan pernah menerima jika pengemudi yang dipesan berbeda nama atau nomor tanda kendaraan. Ini menjadi edukasi bagi yang memperjualbelikan akun ojol, karena secara langsung hanya memilih yang benar dan sesuai dengan identitas di aplikasi," ujar IT Security Consultant PT Prosperita – ESET Indonesia, Yudhi Kukuh.

3. Pengemudi yang tidak menggunakan identitas Maxim

Menjadi driver adalah profesi yang sangat riskan apalagi di kota besar, bisa dibayangkan setiap hari dan sepanjang jalanan memerlukan kesabaran untuk sampai ke tempat tujuan dengan kendala berbeda-beda, untuk itu para driver dituntut berpakaian yang rapih, sopan serta perlu adanya identitas yang harus dipakai oleh driver Maxim.

4. Pengemudi yang membatalkan orderan secara sepihak

Sering kali pengguna mengalami kejadian pembatalan orderan secara sepihak hal ini dipicu karena beberapa alasan yang mendasari driver membatalkan orderan mulai dari: tidak siap menjalankan order, lupa menutup aplikasi padahal sudah mau pulang, tiba-tiba ada urusan mendadak, terlalu lama menunggu respon dari pengguna hingga mendapati titik penjemputan yang jauh, driver menganggap merasa rugi mengambil orderan yang tidak selaras dengan tarif yang ia dapat, disisi lain pengguna juga dirugikan, rugi waktu karena harus memesan layanan kembali (Quora, 2019).

5. Driver Maxim harus memberikan layanan prima

Sebagai driver, mengenal karakter publik atau pelanggan merupakan salah satu kunci utama. Seorang pelayan pada hakikatnya harus memenuhi kebutuhan praktis dan emosional pengguna. Selain itu driver harus bisa menyesuaikan dengan siapa dia berhadapan dan bagaimana cara bersikap, ada beberapa tipe pengguna ada yang terbuka ada juga yang tertutup, jika driver memperlakukan dengan baik maka respon yang diberikan bisa jadi pujian. Sebaliknya, jika pengguna kurang puas publik akan memberikan rating rendah kepada driver Maxim motor yang menjadi fokus penelitian. Hal ini dipengaruhi oleh beberapa pelayanan driver yang kurang baik saat dilapangan.

KESIMPULAN

1. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pengguna jasa transportasi online Maxim di Kota Gorontalo adalah faktor kemudahan akses, kecepatan layanan, harga yang terjangkau, keramahan driver dan kondisi kendaraan, faktor harga merupakan faktor yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pengguna karena Maxim dinilai bahwa harga yang ditawarkan sangat kompetitif dan sesuai dengan kebutuhan pengguna, diikuti kemudahan akses, kecepatan layanan, hingga kondisi kendaraan dalam penelitian ini yang menjadi fokus penelitian maxim motor.
2. Tingkat kepuasan pengguna jasa transportasi online Maxim Kota Gorontalo cukup tinggi, namun masih ada beberapa keluhan pengguna yang merasa tidak puas dengan layanan yang diberikan baik dari perusahaan maupun dari driver.
3. Adapun standar pelayanan Maxim yang harus diperhatikan baik dari perusahaan maupun dari driver yaitu, sering bermasalah saat memesan, ketidaksesuaian antara foto pengemudi yang datang menjemput, pengemudi yang tidak menggunakan identitas Maxim, pengemudi yang membatalkan orderan secara sepihak, driver Maxim harus memberikan layanan prima.

DAFTAR PUSTAKA

- Andi arifuddin. (2021). Driver Maxim Adakan Konvoi Motor dan Mobil Terbesar di Gorontalo. Gopos.Id. <https://gopos.id/driver-maxim-adakan-konvoi-motor-dan-mobil-terbesar-di-gorontalo/>
- Apriliansi, A., Budhiloher, M., Jamaludin, A., & Prihandani, K. (2020). Systematic Literature Review Kepuasan Pelanggan terhadap Jasa Transportasi Online. Systematics, 2(1), 12. <https://doi.org/10.35706/sys.v2i1.3530>
- Didin Fathihudin & Anang Firmansyah. (2019). Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan Dan

Loyalitas Pelanggan. DEEPUBLISH.

- Farisi, S., & Siregar, Q. R. (2020). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online di Kota Medan. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(1), 148–159. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v3i1.4941>
- Henry Dewantara, A. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Ojek Online Maxim. Naskah Publikasi, 3–5.
- Husain, W., Taan, H., & Niode, I. Y. (2023). Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Toko Az- Zahra Kota Gorontalo. 5(3), 894–901.
- Meithiana. (2019). Pemasaran & Kepuasan Pelanggan. Unitomo Press. Nursapiah. (2020). Penelitian Kualitatif. Wal Asri Publishing.
- Quora. (2019). Apa saja alasan driver meminta pembatalan pesanan ke customer? <https://id.quora.com/Apa-saja-alasan-driver-meminta-pembatalan-pesanan-ke-customer>
- Rahajeng Kusumo Hastuti. (2019). Terungkap! Ini Alasan Ojol Maxim Berikan Tarif Murah. *CNBCIndonesia*. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20191227155223-37126096/terungkap-ini-alasan-ojol-maxim-berikan-tarif-murah>
- Redaksi. (2022). Eksistensi Ojek Online terhadap Kemudahan Akses Masyarakat. *Kompasiana*. <https://www.kompasiana.com/jantsenam1759/6386727708a8b53e9d01e682/eksistensi-ojek-online-terhadap-kemudahan-akses-masyarakat>
- Robinhot Gultom & Siti Normi. (2020). Analisis Kepuasan Pengguna Jasa Transportasi Taksi Berbasis Aplikasi Online Untuk Meningkatkan Loyalitas Pengguna (Studi Pada Gojek, Dan Grab Di Kota Medan). *Jurnal Ilmu Manajemen METHONOMIX*, 3(Maret 2020 – Agustus 2020), 1–10.
- Ropiyadi Alba. (2020). Ojek Online, Mengatasi Masalah dengan Masalah. *Kompasiana.Com*. <https://www.kompasiana.com/ropiyadi19360/ojek-online-mengatasi-masalah-dengan-masalah?>
- Salim & Syahrums. (2012). Metodologi Penelitian Kualitatif. Citapustaka Media.
- Setyaningsih, E., Ismawan, E., & Hidayat, T. (2019). Analisa Tingkat Kepuasan Pelanggan Transportasi Online Maxim di Balikpapan. *STMIK Borneo Internasional*, 3(1), 33–38.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Manajemen. Alfabeta.
- Syifa Fauziah. (2019). Ini masalah yang sering dikeluhkan oleh pelanggan ojek online. *Brilio.Net*. <https://www.brilio.net/serius/ini-masalah-yang-sering-dikeluhkan-oleh-pelanggan-ojek-online-1911109.html>
- Taan, H. (2021). Konsep Dasar Perencanaan Pemasaran Dan Proses Penyusunannya. *Jurnal Manajemen*, 5(February), 6.
- Umar, L. A., Taan, H., & Kango, U. (2022). Pengaruh Kepuasan dan Switching Barrier terhadap Loyalitas Pelanggan Telkomsel pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(2), 238–252.
- Usman, N. A. S., Mendo, A. Y., & Abdussamad, Z. (2018). Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Demajor Cafe Kota Gorontalo. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 1(1), 1–12. <https://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB/article/view/7006>
- Utari, D., & Amanda, N. R. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Transportasi Online Maxim Di Kota Palembang. *JEMBATAN (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, Auditing, Dan Akuntansi)*, 6(2), 121–127. <https://doi.org/10.54077/jembatan.v6i2.62>