

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Transportasi berperan penting dalam menunjang pembangunan nasional dan merupakan sarana penting dalam menggerakkan roda perekonomian, serta mempengaruhi hampir semua aspek kehidupan. Seiring dengan meningkatnya pertumbuhan penduduk di Indonesia dan kebutuhan masyarakat perkotaan akan jasa angkutan yang digunakan untuk mobilitas penumpang maupun barang agar dapat menunjang kegiatan perekonomian. Kebutuhan akan transportasi merupakan hal pokok dalam kehidupan sehari-hari. Manusia dalam kehidupannya memerlukan alat dalam mempermudah perjalanannya sehingga dapat menunjang aktifitas ekonomi. Salah satu tugas pemerintah adalah memberikan pelayanan kepada masyarakat (public service) yang diantaranya pengadaan alat transportasi. Transportasi dibutuhkan untuk menghubungkan suatu daerah dengan daerah yang lainnya. Pembangunan daerah, baik dibidang ekonomi, pendidikan, pariwisata, maupun budaya membutuhkan jasa transportasi yang cukup memadai guna menggerakkan kegiatannya. Tanpa transportasi sebagai sarana penunjang tidak akan mendapatkan hasil yang memuaskan dalam usaha pembangunan dan peningkatan suatu daerah. Dengan menyadari pentingnya peranan transportasi, maka lalu lintas dan angkutan jalan harus ditata dalam suatu sistem transportasi nasional secara terpadu dan mampu mewujudkan ketersediaan

jasa transportasi yang sesuai dengan tingkat kebutuhan lalu lintas dan pelayanan angkutan yang tertib, nyaman, cepat, lancar dan berbiaya murah.

Persaingan antar moda transportasi umum baik darat, laut, udara sangat ketat. Hampir tidak ada batas yang jelas, sehingga semua alat transportasi bisa bersaing di rute yang sama dan akhirnya justru menimbulkan kerugian perusahaan. Menghadapi kondisi seperti ini para perusahaan jasa harus berusaha memberikan pelayanan yang mempunyai nilai lebih berbeda dengan perusahaan pesaing, supaya terciptanya kepuasan konsumen atau penumpang untuk menggunakan jasa transportasi yang dimiliki perusahaan. Pelayanan merupakan strategi atau kunci berbagai usaha atau kegiatan yang bersifat jasa, untuk meraih persaingan pasar, peningkatan mutu dan bentuk-bentuk pelayanan lain merupakan hal yang sangat mendesak dengan memanfaatkan teknologi yang tersedia, sehingga menjadi pelayanan yang berkesinambungan dan terpadu. Pelayanannya akan lebih besar dan bersifat menentukan apabila dalam kegiatan-kegiatan jasa di masyarakat itu terdapat kualitas pelayanan yang baik dan akan menimbulkan dampak positif dalam perusahaan, melalui berbagai cara, teknik dan metode yang dapat menarik lebih banyak orang yang menggunakan atau memakai jasa atau produk yang dihasilkan perusahaan dan menjadi ciri bagi perusahaan dalam memberikan pelayanan yang memudahkan konsumen agar selalu diingat oleh pelanggan atau masyarakat umum.

Pengambilan keputusan oleh mahasiswa selaku pengguna jasa transportasi online maxim sangat penting karena setiap kegiatan atau peristiwa

dibutuhkan adanya satu keputusan untuk melalui suatu proses yang selanjutnya akan menentukan hasil atau *output* yang akan dicapai, adapun indikator dalam perilaku konsumsi mahasiswa yaitu kebutuhan dan keinginan akan menentukan keputusan dalam menggunakan jasa transportasi online Maxim.

Perusahaan jasa angkutan umum yang memanfaatkan teknologi dengan menggabungkan internet dan transportasi, yaitu jasa transportasi online Maxim yang kini telah hadir di berbagai kota di Indonesia salah satunya Kota Kupang. Transportasi online seperti Maxim merupakan pelopor bisnis ekonomi kreatif yang memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi (TIK). Dalam waktu singkat perusahaan tersebut mampu menjadi sorotan masyarakat dan pelaku bisnis lainnya. Perubahan model transportasi dari konvensional ke transportasi berbasis aplikasi pada smartphone, sangat diminati masyarakat dan ini merupakan suatu bentuk perubahan sosial masyarakat yang menghendaki kemudahan dalam penggunaan modal transportasi.

Perilaku konsumen (*consumer behavior*) dapat didefinisikan sebagai kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang atau jasa termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut. Ada dua elemen penting dari perilaku konsumen yaitu proses pengambilan keputusan dan kegiatan fisik, semua ini melibatkan individu

dalam menilai, mendapatkan, dan mempergunakan barang atau jasa secara ekonomis (Sunyoto, 2013).

Kemunculan layanan transportasi online maxim saat ini merupakan pesaing bagi angkutan umum yang sudah beroperasi sebelumnya di Kota Kupang. Layanan transportasi online memungkinkan seorang penumpang untuk memesan melalui aplikasi telepon genggam untuk kebutuhan aktivitas masyarakat. transportasi online maxim telah dipercaya oleh penggunanya dalam membantu aktivitasnya sehari-hari. Sebagai jasa transportasi yang sedang berkembang dengan cepat, transportasi online maxim sering sekali meningkatkan pelayanannya dengan cara memberikan promosi potongan harga melalui aplikasinya. Selain itu transportasi online maxim menawarkan penggunanya untuk menentukan tempat penjemputan dan pengantaran yang diinginkan penggunanya.

Maxim telah dipercaya oleh pelanggannya dalam membantu berbagai aktivitas, bahkan perusahaan ini menjadi perusahaan jasa berbasis aplikasi pilihan utama masyarakat di Kota dan saling berkompetisi secara ketat satu sama lainnya. Dengan adanya penyedia Jasa transportasi online maxim dikalangan masyarakat sekarang ini membuat banyak perubahan pada perilaku konsumen dalam kebiasaan menggunakan jasa transportasi.

Maxim menjadi salah satu jasa transportasi online yang banyak diminati oleh masyarakat, baik itu dari kalangan pekerja kantoran, karyawan swasta, anak sekolah, termasuk mahasiswa. Salah satunya Mahasiswa Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandira Kupang. Yang saat ini bisa di

katakan lebih cenderung menggunakan jasa transportasi online Maxim ketimbang menggunakan angkutan umum. Minat Mahasiswa dalam menggunakan Jasa Transportasi Online Maxim mempengaruhi Perilaku Konsumsi Mahasiswa di saat ini khususnya Mahasiswa Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, di pengaruhi oleh beberapa faktor yaitu: kualitas Pelayanan dan Promosi. Menurut W. S Winkel (1983) mengatakan bahwa minat adalah kecenderungan yang agak menetap untuk merasa tertarik pada bidang-bidang tertentu. Sedangkan menurut Witherington (1985: 38) minat adalah kesadaran seseorang terhadap suatu objek, seseorang, suatu soal atau situasi tertentu yang mengandung sangkut paut dengan dirinya atau dipandang sebagai sesuatu yang sadar. Minat di pengaruhi oleh 3 faktor yaitu: (1) Minat Transaksional, (2) Minat Preferensial, (3) Minat Eksploratif.

Adapun data jumlah Mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandira Kupang Fakultas Ekonomika Dan Bisnis periode 2023 disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 1.1
Jumlah Mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis 2023

Mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Periode 2023	
Program Studi	Jumlah
Manajemen	510
Akuntansi	698
Ekonomi Pembangunan	257
Total	1.465 Mahasiswa

Sumber: Tata Usaha Fakultas Ekonomika dan Bisnis UNWIRA Kupang

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa jumlah Mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis periode 2023 sebanyak 1.465 Mahasiswa. Berdasarkan hasil

survey selama 1 bulan, menunjukkan bahwa sebagian mahasiswa FEB menggunakan jasa transportasi online maxim. Dari hasil wawancara yang dilakukan secara langsung beberapa Mahasiswa mengatakan selalu menggunakan jasa transportasi online maxim jika ingin pergi kemana saja seperti pergi ke kampus penfui ketika ada kegiatan. Namun tak sedikit pula yang mengeluh akan kekurangan dari aplikasi transportasi online ini, dan sebagian mahasiswa masih menggunakan aplikasi transportasi online lainnya seperti grab.

Untuk memperkuat pernyataan yang sudah dipaparkan, dilakukan *pilot study* dengan membagikan kuisioner melalui *google form* kepada 10 mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, untuk mencari tahu pendapat mereka mengenai pengaruh transportasi online Maxim terhadap minat menggunakan aplikasi maxim dan hasil yang didapatkan yaitu 7 orang berpendapat bahwa pengaruh dari aplikasi maxim seperti fitur yang tersedia dalam aplikasi ini tidak semenarik fitur yang terdapat di aplikasi lainnya seperti grab, karena terkadang titik penjemputan pada peta maxim tidak konsisten dan tidak sesuai titik pemesanan dan terkadang lokasi tidak muncul pada peta aplikasi maxim sedangkan pada aplikasi grab meskipun mahal namun titik penjemputan pada peta sesuai dengan titik keberadaan konsumen. Dan ada 3 orang yang berpendapat bahwa aplikasi maxim ini sangat sesuai dengan kebutuhan mereka, dimana dapat dilihat dari harga yang terjangkau tidak ada kesulitan dalam memesan.

Hasil lainnya dari kualitas pelayanan, 6 orang berpendapat bahwa kualitas pelayanan dari maxim tidak sesuai dengan keinginan mereka, karena setiap kali memesan jasa pada aplikasi ini selalu saja merasa kesulitan untuk mendapat pengemudi, dan terkadang layanan yang diberikan oleh *driver* membuat pelanggan merasa tidak nyaman karena pengemudi tidak ramah, sedangkan 4 orang lainnya menyukai pelayanan yang diberikan oleh Maxim, karena *driver* Maxim yang ramah dan sopan, serta tidak kesulitan dalam memesan dan menunggu pengemudi. Maxim cepat tanggap pemesanan membuat mereka merasa puas dengan pelayanan maxim.

Terakhir, dari soal harga, yaitu ada 7 orang yang berpendapat bahwa harga yang ditawarkan oleh aplikasi maxim saat ini semakin naik dan sedikit mendekati harga yang ditawarkan aplikasi grab sehingga membuat mereka memilih untuk berpikir kembali menggunakan maxim, sedangkan 3 orang lainnya berpendapat bahwa harga yang diberikan oleh Maximc sesuai dengan jarak yang mereka tempuh, karena mereka juga memahami apa penyebab sehingga harga maxim sekarang ini semakin naik, dan salah satu penyebabnya yaitu dari kenaikan BBM yang mengharuskan mereka menaikkan tarifnya.

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan mengenai perkembangan dan kemajuan transportasi online Maxim yang memberikan dampak bagi penggunaanya, maka penulis tertarik untuk mengkaji dan meneliti lebih lanjut dalam bentuk penelitian dengan judul

“Perilaku Konsumsi Mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang Dalam Menggunakan Jasa Transportasi Online Maxim car”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka penulis dapat merumuskan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana gambaran umum mengenai harga, pelayanan, minat dan pengguna transportasi online maxim di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis UNWIRA?
2. Apakah faktor harga, pelayanan, dan minat secara parsial berpengaruh signifikan terhadap penggunaan transportasi *Online Maxim* oleh mahasiswa FEB UNWIRA?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui gambaran mengenai transportasi online maxim di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis UNWIRA?
2. Untuk mengetahui faktor harga, pelayanan, dan minat secara parsial berpengaruh signifikan terhadap penggunaan transportasi *Online Maxim* oleh mahasiswa FEB UNWIRA

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Penyedia Jasa Transportasi Online Maxim

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan masukan kepada penyedia jasa transportasi online maxim agar dapat meningkatkan kinerja mereka sehingga dapat menambah konsumen.

2. Bagi Penulis Dengan penelitian ini dapat memperluas pengetahuan dan wawasan penulis tentang perilaku konsumsi mahasiswa

3. Bagi Penulis Selanjutnya

Penelitian ini dapat diharapkan meningkatkan pengetahuan dan pemahaman peneliti selanjutnya mengenai perilaku konsumsi dan minat mahasiswa dalam menggunakan transportasi online, dengan adanya penelitian ini dapat dijadikan bahan pertimbangan atau dapat dikembangkan lebih lanjut serta menjadi acuan atau referensi untuk penelitian yang sejenis.