

## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN DAN IDENTITAS RESPONDEN**

Pada bab ini disajikan gambaran umum perusahaan yang meliputi sejarah terbentuknya perusahaan dan perkembangan perusahaan, logo perusahaan, visi dan misi perusahaan, moto perusahaan, jenis-jenis layanan perusahaan serta karakteristik dari responden dalam penelitian.

#### **2.1 Sejarah Perusahaan**

Perusahaan jasa transportasi online Maxim sebagaimana dikutip dari <https://id.taximaxim.com> (diakses pada 5 Juli 2022), Maxim didirikan sejak tahun 2003 dengan menciptakan teknologi dalam hal pemesanan (*order*) jasa kendaraan untuk perjalanan, pengiriman barang dengan cepat, pembelian dan pengantaran, bantuan saat perjalanan, yang membuat layanan tersebut menjadi lebih modern, mudah, dan aman. Maxim merupakan perusahaan asal Rusia yang bermula dari sebuah layanan jasa transportasi taksi kecil di Kota Chardinsk yang terletak di pegunungan Ural. Perusahaan ini didirikan oleh para insinyur muda dari Kota Kurga, yang memiliki spesialisasi dalam bidang produksi teknologi dan proses yang dapat dilakukan secara otomatis.

Para pendiri bersama dengan pengemudi yang mereka undang, bekerja sebagai pengemudi taksi dengan menggunakan mobil mereka sendiri. Mereka ingin membuat pekerjaan dilakukan secara otomatis dengan order sebanyak mungkin dan menjadikan layanan ini sebagai pasar yang sangat

besar yang ada di dunia. Dengan memperhitungkan fitur spesifik kota besar dan kota kecil, Maxim memberikan layanan terpadu kepada pengguna Maxim sehingga mereka dapat berinteraksi secara efektif satu sama lain. Pesan layanan dengan cara yang paling nyaman dan menyelesaikan pesanan dengan proses pencarian yang dioptimalkan, serta pengurangan waktu kosong dan waktu ideal.

Selama enam tahun pertama, layanan ini didirikan di 4 kota. Pada tahun 2009, Maxim membuka cabang di 7 kota baru sekaligus, pada tahun 2010 – di 17 kota, kemudian berkembang mencapai 22 kota atau lebih per tahun dan pada tahun 2020, lokasi pelayanan di Rusia mencakup lebih dari 500 wilayah. Sejak 2014 sampai sekarang, Maxim telah melebarkan sayapnya di luar Federasi Rusia dengan membuka cabang yang beroperasi di 13 negara yaitu Rusia, Ukraina, Kazakhstan, Georgia, Bulgaria, Tajikistan, Belarusian, Azerbaijan, Italia, Iran, Kirgizstan, Malaysia, dan Indonesia.

Maxim pertama kali beroperasi di Indonesia sejak bulan Juli tahun 2018 dibawah PT. Teknologi Perdana Indonesia. Saat pertama beroperasi Maxim hanya melakukan jenis layanan pemesanan angkutan dan motor melalui aplikasi mobile Taxsee Driver dan laman [id.taximaxim.com](http://id.taximaxim.com). Saat ini, maxim sudah ada di 70 kota besar seperti Jakarta, Bandung, Bali, Banda Aceh, Surabaya, Makassar, Bandar Lampung, Banjarmasin, Batam, Pontianak, Samarinda, Singkawan, Surakarta, Solo, Yogyakarta, Medan, Semarang, Palembang dan Balikpapan dengan total lebih dari 500.000 mitra pengemudi.

Semakin meningkatnya eksistensi penggunaan Maxim sebagai jasa transportasi online di Indonesia maka dilakukan kerjasama Maxim dengan PT.

Jasa Raharja dengan memberikan perlindungan dari risiko kecelakaan lalu lintas bagi pengguna layanan Maxim. Serta pada Desember 2021, Maxim bekerja sama dengan Yayasan Pengemudi Selamat Sejahtera (YPSSI) meluncurkan yayasan pemberi bantuan sosial yang berfokus pada pemberian amal dan santunan untuk penumpang maupun mitra layanan Maxim yang mengalami kecelakaan dalam perjalanan saat menggunakan layanan Maxim.

## 2.2 Logo Transportasi Online Maxim

Logo adalah identitas suatu perusahaan dalam bentuk visual yang diaplikasikan dalam berbagai sarana fasilitas dan kegiatan perusahaan sebagai bentuk komunikasi visual. Logo perusahaan diciptakan sebagai suatu identitas untuk membedakan perusahaan satu dengan perusahaan lain. Logo Maxim menggunakan jenis logo *wordmark*, yaitu jenis logo yang menggunakan seluruh nama perusahaan tanpa disingkat sehingga menampilkan kesan sederhana.

**Gambar 2. 1**  
**Logo Transportasi Online Maxim**



*Sumber: id.taximaxim.com, 2022*

## 2.3 Visi dan Misi Transportasi Online Maxim

Visi adalah gambaran masa depan yang akan dicapai oleh perusahaan. Sedangkan misi adalah hal yang harus dilakukan agar tercapainya visi perusahaan.

Melalui rumusan perusahaan ini masyarakat dapat mengetahui kemana perusahaan menuju. Sehingga visi misi sering disebut sebagai suatu elemen yang penting bagi perusahaan.

### **2.3.1 Visi**

Membantu memperbaiki struktur transportasi di Indonesia, memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam melaksanakan pekerjaan sehari-hari seperti pengiriman dokumen, belanja harian dengan menggunakan layanan fasilitas kurir serta turut menyejahterakan kehidupan driver Maxim di Indonesia.

### **2.3.2 Misi**

1. Meningkatkan pelayanan jasa transportasi melalui peningkatan kualitas dan kuantitas sumber daya manusia.
2. Meningkatkan kualitas lingkungan hidup peningkatan saran dan prasarana transportasi yang berorientasi terbentuknya ramah lingkungan.
3. Menciptakan faktor penunjang mobilitas masyarakat melalui peningkatan pelayanan transportasi dalam mencapai pusat-pusat kegiatan dan pelayanan perkotaan secara aman dan nyaman.
4. Meningkatkan produktivitas ekonomi masyarakat melalui penyediaan jasa dan prasarana transportasi secara terpadu, tertib, lancar dan efisien.
5. Meningkatkan sumber pendapatan asli daerah dalam rangka memenuhi kebutuhan penyediaan dana pembangunan prasarana transportasi darat.

### **2.4 Moto Perusahaan**

1. Mendengar (menerima keluhan dan saran dari masyarakat)
2. Melihat (turun kelapangan)

3. Berbuat (aksi cepat tanggap)

## 2.5 Jenis-Jenis Layanan Produk Atau Jasa Transportasi Online Maxim

Seluruh layanan yang ditawarkan Maxim dihadirkan untuk membantu aktivitas harian setiap penggunanya. Adapun jenis layanan produk atau jasa yang ditawarkan jasa transportasi online Maxim adalah sebagai berikut :

1. Layanan pengantaran ojek online menggunakan motor (*Maxim Bike*)

Layanan ini ditujukan bagi pengguna Maxim yang mengedepankan hemat waktu.

2. Layanan pengantaran ojek online menggunakan mobil (*Maxim Car*)

Layanan ini ditawarkan kepada pengguna Maxim untuk perjalanan sehari-hari dengan berbagai pilihan mobil dan tarif. Adapun fasilitas yang ditawarkan adalah sebagai berikut :

- *Car*

Ditujukan untuk rombongan penumpang tidak lebih dari 4 orang.

- *Car L*

Ditujukan untuk rombongan kecil hingga 6 orang atau bagasi besar.

- *Rent a Car*

Ditujukan untuk pengguna Maxim yang ingin menyewa mobil untuk aktivitas sehari-hari. Biaya sewa yang ditetapkan adalah Rp 1.000/menit dengan sewa minimal 1 jam. Biaya bahan bakar mobil sudah termasuk dalam biaya perjalanan.

3. Layanan pengantaran makanan (*Maxim Foods&Goods*)

Layanan ini dapat digunakan oleh pengguna untuk berbelanja makanan dan produk apapun langsung dengan *Maxim Merchant*.

4. Layanan pengantaran barang (*Maxim Delivery*)

Layanan ini menyediakan 3 jenis pelayanan, yaitu :

- *Food&Shop*

Layanan ini digunakan untuk order pesan antar makanan atau pembelian produk serta barang-barang lainnya di toko.

- *Delivery*

Layanan ini digunakan sebagai jasa pengiriman paket kecil milik pengguna Maxim dengan baik dari satu tangan ke tangan lainnya.

- *Car Delivery*

Layanan ini biasanya digunakan untuk pengiriman makanan dan produk dengan paket besar dan pengantaran menggunakan mobil.

5. Layanan Kargo (*Maxim Cargo*)

Layanan ini digunakan untuk angkut barang di dalam kota dan antar kota.

6. Layanan sehari-hari (*Maxim Life*)

Layanan ini menyediakan 2 jenis pelayanan, yaitu :

- *Massage&SPA*

Layanan ini berupa jasa pijatan dan spa kepada pengguna Maxim dengan durasi minimal sesi adalah 60 menit.

- *Cleaning*

Layanan ini berupa jasa kebersihan dalam ruangan. Biaya minimal yang ditetapkan termasuk 1 jam pembersihan, selanjutnya Rp 650/menit.

## 2.6 Karakteristik Responden

Masyarakat Kota Semarang pengguna jasa transportasi Maxim di Kota Semarang merupakan populasi responden yang dipilih sebagai sampel berdasarkan atas kriteria: (a) Berdomisili di Kota Semarang, (b) Pernah dan sedang menggunakan aplikasi layanan Maxim minimal 3 kali dalam 1 - 2 bulan terakhir, dan (c) Usia minimal 17 tahun.

Komposisi responden dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui latar belakang dari responden yang diteliti. Data yang disajikan dalam bentuk tabel meliputi aspek jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, jenis pekerjaan beserta jumlah pendapatan.

### 2.6.1 Komposisi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Data mengenai jenis kelamin responden ditunjukkan guna mengetahui berapa banyak responden perempuan dan laki-laki yang menjawab pertanyaan penelitian. Berdasarkan klasifikasi jenis kelamin, disusun komposisi responden sebagai berikut:

**Tabel 2. 1**  
**Komposisi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1.	Laki-laki	25	25
2.	Perempuan	75	75
Total		100	100

*Sumber: Data primer yang diolah, 2022*

Tabel 2.1 menyajikan data terkait responden laki-laki yang berjumlah 25 orang (25%) dan responden perempuan yang berjumlah 75 orang (75%) dari total

responden 100 orang. Karakteristik produk jasa Maxim berupa transportasi online yang akan memudahkan pengguna dalam melakukan aktivitas sehari-hari, sehingga rata-rata perempuan yang tidak memakai kendaraan dalam aktivitasnya akan menggunakan jasa Maxim. Kesimpulan dari data tersebut yaitu responden sebagai pengguna jasa transportasi online Maxim pada penelitian ini didominasi oleh perempuan.

### 2.6.2 Komposisi Responden Berdasarkan Usia

Usia menjadi satu faktor yang mampu mempengaruhi individu dalam menentukan sikap berdasarkan tingkat pemikiran atau kematangan seseorang. Usia responden yang ditetapkan dalam penelitian ini yaitu minimal berusia 17 tahun. Berdasarkan klasifikasi usia, disusun komposisi responden sebagai berikut:

**Tabel 2. 2**  
**Komposisi Responden Berdasarkan Usia**

No	Umur	Jumlah	Persentase (%)
1.	< 20 tahun	0	0
2.	20 – 24 tahun	67	67
3.	25 – 29 tahun	15	15
4.	30 – 34 tahun	7	7
5.	> 35 tahun	11	11
Total		<b>100</b>	<b>100</b>

*Sumber: Data primer yang diolah, 2022*

Tabel 2.2 menyajikan data terkait mayoritas responden pengguna jasa transportasi online Maxim berada pada kategori usia 20 – 24 tahun dengan total jumlah 67 (67%) responden. Sedangkan untuk responden dengan jumlah paling sedikit berada pada kategori usia 30 – 34 tahun dengan total jumlah 7 (7%)

responden. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna jasa transportasi online Maxim berada pada usia produktif, pada rentang usia tersebut menunjukkan kalangan remaja menuju dewasa atau bisa disebut sebagai generasi milenial ini lebih menyukai sesuatu yang memudahkan aktivitasnya seperti menggunakan Maxim sebagai jasa transportasi yang memudahkan.

### 2.6.3 Komposisi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Data mengenai studi angkatan ditunjukkan guna mengetahui pendidikan terakhir yang telah ditempuh oleh responden. Berdasarkan klasifikasi pendidikan terakhir, disusun komposisi responden sebagai berikut:

**Tabel 2. 3**  
**Komposisi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah	Persentase (%)
1.	Tamat SD	0	0
2.	Tamat SMP	0	0
3.	Tamat SMA	44	44
4.	Tamat Diploma/Strata-1	51	51
5	Tamat Strata-2/Strata-3	5	5
Total		<b>100</b>	<b>100</b>

*Sumber: Data primer yang diolah, 2022*

Tabel 2.3 menyajikan data terkait pendidikan terakhir tamat SMA dengan total 44 (44%) responden, tamat Diploma/Strata-1 dengan total 51 (51%) responden dan tamat Strata-2/Strata-3 dengan total 5 (5%) responden. Kesimpulan dari data tersebut yaitu pendidikan terakhir responden sebagai pengguna jasa transportasi online Maxim pada penelitian ini didominasi oleh tamatan SMA dan tamatan Diploma/Strata-1, dikarenakan mayoritas tamatan SMA melanjutkan ke

jenjang perkuliahan dan tamatan Diploma/Strata-1 memasuki dunia kerja sehingga Maxim dapat dijadikan solusi dalam efisiensi dan efektivitas waktu.

#### 2.6.4 Komposisi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Data mengenai jenis pekerjaan merupakan mata pencaharian seseorang terhadap kegiatan yang dilakukan untuk memperoleh penghasilan. Jenis pekerjaan seseorang akan menentukan seberapa besar pendapatan yang akan diterima sehingga akan berpengaruh kepada setiap aktivitas dan berbagai kebutuhan primer dan sekunder dalam rangka mengelola keuangan pribadi. Berdasarkan klasifikasi jenis pekerjaan, disusun komposisi responden sebagai berikut:

**Tabel 2. 4**  
**Komposisi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan**

No	Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
1.	PNS	2	2
2.	Pegawai Swasta	29	29
3.	Mahasiswa	48	48
4.	Pelajar	0	0
5.	Lain-lain	21	21
Total		<b>100</b>	<b>100</b>

*Sumber: Data primer yang diolah, 2022*

Tabel 2.4 menyajikan data terkait mayoritas responde pengguna jasa transportasi online Maxim merupakan mahasiswa dengan total 48 (48%) responden, pegawai swasta dengan total 29 (29%) responden, lain-lain dengan total 21 (21%) yaitu IRT dengan total 4 (4%), pegawai BUMN dengan total 4 (4%), *job seeker* dengan total 1 (1%), *fresh graduated* dengan total 6 (6%), *freelance* dengan total 3 (3%), dan wirausaha dengan total 3 (3%). Sedangkan responden dengan jumlah paling sedikit merupakan PNS dengan total 2 (2%)

responden. Kesimpulan dari data tersebut yaitu jenis pekerjaan responden sebagai pengguna jasa transportasi online Maxim pada penelitian ini didominasi oleh mahasiswa dikarenakan profesi mahasiswa ini termasuk dalam generasi milenial dimana dapat dikatakan dalam melakukan aktivitas perkuliahan harus efisien dan efektif dalam hal waktu.

### 2.6.5 Komposisi Responden Berdasarkan Pendapatan

Pendapatan merupakan upah dalam bentuk uang yang diterima seseorang atas pekerjaan yang telah dilakukannya, hal ini dapat dikaitkan dengan berapa kisaran biaya yang dikeluarkan responden dalam jangka waktu satu bulan. Berdasarkan klasifikasi pendapatan, disusun komposisi sebagai berikut:

**Tabel 2. 5**  
**Komposisi Responden Berdasarkan Pendapatan**

No	Pendapatan	Jumlah	Persentase (%)
1.	≤Rp 1.000.000	36	36
2.	>Rp 1.000.000 ≤ Rp 2.500.000	34	34
3.	>Rp 2.500.000 ≤ Rp 4.000.000	19	19
4.	>Rp 4.000.000	11	11
	Total	<b>100</b>	<b>100</b>

*Sumber: Data primer yang diolah, 2022*

Tabel 2.5 menyajikan data terkait mayoritas responden sebanyak 36 (36%) orang memiliki pendapatan sebesar kurang dari atau sejumlah Rp 1.000.000. Responden yang memiliki pendapatan sebesar > Rp 1.000.000 – Rp 2.500.000 sejumlah 34 (34%) orang, pendapatan sebesar > Rp 2.500.000 – Rp 4.000.000 sejumlah 19 (19%) orang, dan pendapatan sebesar > Rp 4.000.000 sejumlah 11 (11%) orang. Kesimpulan dari data tersebut yaitu mayoritas pendapatan

responden sebesar kurang dari atau sejumlah Rp 1.000.000 dikarenakan kebanyakan responden merupakan mahasiswa dengan pendapatan yang berasal dari uang saku, maka dapat dikaitkan dengan karakteristik Maxim yang menawarkan harga lebih rendah.

### **2.6.6 Komposisi Responden Berdasarkan Jumlah Penggunaan Maxim dalam Dua Bulan Terakhir**

Kriteria responden yaitu minimal telah menggunakan jasa transportasi online Maxim sebanyak 3 kali dalam dua (2) bulan terakhir. Data ini digunakan untuk mengetahui seberapa sering responden menggunakan jasa transportasi online Maxim. Berdasarkan klasifikasi jumlah pengguna Maxim, disusun komposisi responden sebagai berikut:

**Tabel 2. 6 Komposisi Responden Berdasarkan Jumlah Penggunaan Maxim dalam Dua Bulan Terakhir**

No	Penggunaan	Jumlah	Persentase (%)
1.	< 3 kali	55	55
2.	≥ 3 kali	18	18
3.	> 3 kali	27	27
Total		<b>100</b>	<b>100</b>

*Sumber: Data primer yang diolah, 2022*

Tabel 2.6 menyajikan data terkait mayoritas responden sejumlah 55 (55%) orang kurang dari tiga (3) kali menggunakan jasa transportasi online Maxim dalam dua bulan terakhir. Sejumlah 18 (18%) orang sekitar tiga (3) kali menggunakan jasa transportasi online Maxim dalam dua bulan terakhir dan sejumlah 27 (27%) orang lebih dari tiga (3) kali menggunakan jasa transportasi online Maxim dalam dua bulan terakhir.