

BAB II

GAMBARAN UMUM MAXIM DAN WILAYAH KOTA SEMARANG

2.1 Sejarah Perusahaan Maxim

Perusahaan layanan transportasi online Maxim telah beroperasi sejak tahun 2003 dengan fokus pada pengembangan teknologi untuk memfasilitasi pemesanan layanan kendaraan, pengiriman barang, pembelian dan pengantaran, serta bantuan perjalanan. Ini telah membawa perubahan signifikan dalam cara layanan tersebut diakses, membuatnya lebih modern, *user-friendly*, dan aman. Maxim berasal dari Rusia dan awalnya hanya merupakan layanan taksi kecil di Kota Chardinsk, terletak di pegunungan Ural. Didirikan oleh sekelompok insinyur muda dari Kota Kurga yang memiliki keahlian khusus dalam teknologi dan otomatisasi proses produksi.

Para pendiri bersama dengan pengemudi yang perusahaan rekrut bekerja sebagai pengemudi taksi menggunakan mobil pribadi mereka. perusahaan memiliki visi untuk mengotomatisasi pekerjaan ini dengan meningkatkan jumlah pesanan dan mengubah layanan ini menjadi pasar global yang besar. Dengan mempertimbangkan kebutuhan khusus dari berbagai jenis kota, baik besar maupun kecil, Maxim menyediakan layanan yang terintegrasi bagi penggunanya, memungkinkan perusahaan berinteraksi secara efisien. Pengguna dapat memesan layanan dengan cara yang paling nyaman, dan proses pemesanan ditingkatkan melalui pencarian yang dioptimalkan, mengurangi waktu tunggu dan meningkatkan efisiensi penggunaan waktu.

Pada enam tahun pertama, layanan ini diperluas ke empat kota. Pada tahun 2009, Maxim membuka cabang di tujuh kota baru secara bersamaan, diikuti dengan ekspansi ke 17 kota pada tahun 2010. Kemudian, ekspansi terus berlanjut dengan mencapai lebih dari 22 kota setiap tahunnya, dan pada tahun 2020, cakupan layanan di Rusia telah mencakup lebih dari 500 wilayah. Mulai tahun 2014 hingga saat ini, Maxim juga telah memperluas operasinya ke luar Federasi Rusia dengan membuka cabang di 13 negara, termasuk Rusia, Ukraina, Kazakhstan, Georgia, Bulgaria, Tajikistan, Belarus, Azerbaijan, Italia, Iran, Kirgizstan, Malaysia, dan Indonesia.

Maxim pertama kali beroperasi di Indonesia sejak bulan Juli tahun 2018 dan berada di bawah naungan 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. Saat ini Maxim sudah menyediakan berbagai layanan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari penggunanya dan telah tersedia di lebih dari 200 kota dan dengan total lebih dari 500.000 mitra pengemudi di seluruh Indonesia dan akan menjangkau lebih banyak kota untuk melayani pengguna di seluruh dunia.

Dengan semakin luasnya penggunaan Maxim sebagai layanan transportasi online di Indonesia, perusahaan ini telah menjalin kerjasama dengan PT. Jasa Raharja untuk memberikan perlindungan terhadap risiko kecelakaan lalu lintas bagi pengguna Maxim. Selain itu, pada bulan Desember 2021, Maxim juga bermitra dengan Yayasan Pengemudi Selamat Sejahtera (YPSSI) untuk membentuk yayasan amal yang

bertujuan memberikan bantuan sosial kepada penumpang dan mitra layanan Maxim yang mengalami kecelakaan saat menggunakan layanan tersebut.

Saat ini kantor pusat Maxim Indonesia berlokasi di Jakarta, yaitu tepatnya di Jl. Warung Jati Barat No.16, RT.2/RW.11, Ragunan, Ps. Minggu, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12540. Maxim juga memiliki kantor cabang di tiap-tiap kota, salah satunya kantor cabang di Kota Semarang yang berlokasi di Jl. Kenconowungu Tengah I No.1, Karangayu, Kec. Semarang Barat, Kota Semarang, Jawa Tengah 50142. Penyediaan kantor cabang di tiap kota bertujuan untuk mempermudah manajemen di tiap kotanya dan memberikan layanan yang lebih dekat baik untuk pengguna maupun driver Maxim.

2.2 Visi dan Visi Maxim

Setiap perusahaan pasti memiliki visi dan misi yang menjadi pedoman dalam pengembangan dan juga pengelolaan perusahaan dalam jangka panjang. Visi merupakan gambaran atau pandangan jangka panjang tentang keadaan ideal yang ingin dicapai oleh organisasi di masa depan. Visi memberikan inspirasi, motivasi, dan arahan yang jelas bagi semua anggota organisasi. Misi adalah pernyataan yang menjelaskan tujuan inti, nilai, dan ruang lingkup kegiatan organisasi dalam jangka pendek hingga menengah. Misi memberikan pandangan tentang apa yang harus dilakukan organisasi, bagi siapa, dan bagaimana hal tersebut akan dicapai.

2.2.1 Visi Maxim

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.

2.2.2 Misi Maxim

Guna mencapai tujuan yang diharapkan sesuai dengan Visi yang telah di paparkan, maka Maxim memiliki beberapa misi, yaitu:

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.

2.3 Logo Maxim

Logo adalah representasi visual yang digunakan oleh sebuah perusahaan untuk membedakan dirinya dari yang lain melalui berbagai media dan kegiatan perusahaan. Sebagai bentuk komunikasi visual, logo menciptakan identitas perusahaan yang unik dan dapat dikenali oleh publik.



Gambar 2.1 Logo Maxim

Sumber: Maxim.co.id

Maxim menggunakan yang berjenis logo wordmark, yaitu jenis logo yang menggunakan seluruh nama perusahaan, yaitu "MAXIM" tanpa disingkat sehingga menampilkan kesan sederhana. Maxim juga identik dengan penggunaan warna kuning sebagai branding yang mereka tonjolkan, penggunaan warna kuning ini mereka gunakan juga pada atribut para pengemudi maxim.

2.4 Jenis-jenis Layanan Jasa Transportasi Online Maxim

Maxim memiliki berbagai macam layanan yang disediakan dalam satu aplikasi, layanan-layanan tersebut hadir untuk membantu para penggunanya dalam menjalankan aktivitasnya sehari-hari. Berikut ini adalah layanan jasa yang disediakan oleh jasa transportasi online Maxim:

1. *Maxim Bike*

Layanan ini merupakan layanan pengantaran menggunakan sepeda motor atau ojek online, layanan *Maxim Bike* ini digunakan untuk pengguna yang berpergian sendiri dan ingin menghemat waktu perjalanan menuju tujuan.

2. *Maxim Car*

Layanan ini merupakan layanan pengantaran menggunakan mobil. Layanan ini dapat digunakan untuk pengguna yang berpergian secara bersama-sama dengan teman atau keluarga. Maxim menyediakan beberapa jenis pilihan layanan *Maxim Car* sebagai berikut:

a) *Car*

Layanan ini untuk penumpang dengan rombongan yang tidak lebih dari 4 orang.

b) *Car L*

Layanan ini untuk penumpang dengan rombongan hingga 6 orang (maksimal) atau bagasi besar.

c) *Rent a Car*

Layanan ini 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. *Maxim Foods&Goods*

Layanan ini merupakan layanan pengantaran makanan dan barang yang dapat digunakan oleh pengguna untuk membeli makanan, minuman, dan produk apapun langsung dengan Maxim Merchant.

4. *Maxim Delivery*

Layanan ini merupakan layanan pengantaran atau pengiriman barang dari suatu tempat ke tempat tujuan yang pengguna inginkan. Layanan ini menyediakan beberapa jenis pelayanan, yaitu :

a) *Food&Shop*

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

b) *Delivery*

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

c) *Car Delivery*

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

5. Maxim Cargo

Layanan ini merupakan layanan pengangkutan barang di dalam kota dan antarkota dengan volume yang cukup besar.

6. Maxim Life

Layanan ini merupakan layanan yang menyediakan jasa membersihkan rumah dan jasa pijat yang bertujuan untuk memberikan kemudahan untuk penggunanya.

Layanan ini menyediakan 2 jenis pelayanan, yaitu :

a) Massage&SPA

Layanan ini berupa jasa pemijatan dan spa kepada pengguna Maxim dengan durasi minimal sesi adalah 60 menit. Pengguna dapat menentukan mau memakai jasa terapis wanita atau terapis pria untuk pemijatan dan spa.

b) Cleaning

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

7. Maxim Service

Layanan ini merupakan layanan yang menyediakan *helper* untuk pengguna Maxim yang membutuhkan tenaga untuk mengangkat atau bongkar muat barang.

2.5 Gambaran Umum Wilayah Kota Semarang

Kota Semarang merupakan ibu kota Provinsi Jawa Tengah dan terletak di persimpangan Jalan Pulau Jawa Utara yang menghubungkan kota Surabaya dan Jakarta. Secara geografis terletak antara 109° 35' – 110° 50' Bujur Timur dan 6° 50' – 7° 10' Lintang Selatan. Secara administratif, Kota Semarang berbatasan dengan tiga kabupaten lainnya. Di sisi timur, Kota Semarang berbatasan dengan Kabupaten Demak. Sebelah selatan berbatasan dengan Kabupaten Semarang. Di sebelah barat Kota Semarang terletak Kabupaten Kendal dan di sebelah utara berbatasan langsung dengan Laut Jawa. Dalam Angka 2023) dan berada pada ketinggian 348.000 meter di atas permukaan laut (mdpl). Berdasarkan Badan Pusat Statistik pada tahun 2022, luas wilayah Kota Semarang seluas 373,78 km², sebesar 10,14% berupa lahan sawah dan sebesar 89,86% berupa lahan bukan sawah. Luas wilayah tersebut terbagi menjadi 16 kecamatan serta 177 kelurahan dengan jumlah penduduk sebanyak 1.659.975 jiwa. Berikut merupakan rincian jumlah penduduk di Kota Semarang:

Tabel 2.1 Jumlah Penduduk di Kota Semarang Tahun 2022 Berdasarkan Jenis Kelamin

Kecamatan	Jumlah Penduduk (Jiwa)				Total
	Laki-laki		Perempuan		
	Jumlah	Persentase	Jumlah	Persentase	
Mijen	42.908	50%	42.910	50%	85.818
Gunungpati	49.341	50%	49.333	50%	98.674
Banyumanik	69.717	49%	71.602	51%	141.319
Gajahmungkur	27.204	49%	28.286	51%	55.490
Semarang Selatan	29.744	49%	31.468	51%	61.212
Candisari	36.709	49%	37.752	51%	74.461
Tembalang	96.306	50%	97.174	50%	193.480

Kecamatan	Jumlah Penduduk (Jiwa)				Total
	Laki-laki		Perempuan		
	Jumlah	Persentase	Jumlah	Persentase	
Pedurungan	95.667	50%	97.458	50%	193.125
Genuk	64.514	50%	64.182	50%	128.696
Gayamsari	34.421	50%	34.913	50%	69.334
Semarang Timur	31.729	48%	33.698	52%	65.427
Semarang Utara	57.341	49%	58.713	51%	116.054
Semarang Tengah	26.002	48%	28.336	52%	54.338
Semarang Barat	72.102	49%	74.813	51%	146.915
Tugu	16.575	50%	16.504	50%	33.079
Ngaliyan	71.025	50%	71.528	50%	142.553
Kota Semarang	821.305	49%	838.670	51%	1.659.975

Sumber: <https://semarangkota.bps.go.id/>

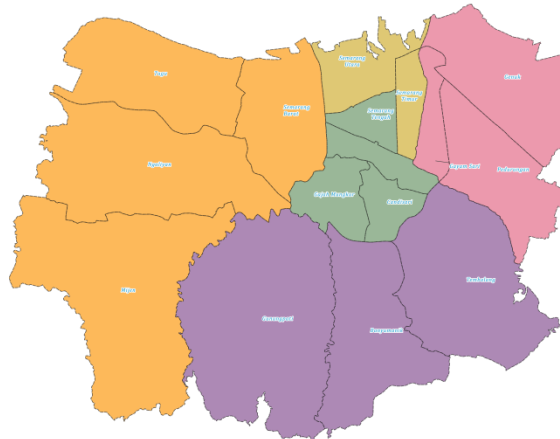
Tabel 2.2 Klasifikasi Generasi Berdasarkan Usia Penduduk di Kota Semarang 2022

Kelompok Umur	Jumlah	Klasifikasi Generasi	Persentase
0 – 4	115.384	Post Generasi Z	15%
5 – 9	121.061		
10 – 14	124.332	Generasi Z	31%
15 – 19	127.834		
20 – 24	123.356		
25 – 29	127.842		
30 – 34	131.434	Milenial	25%
35 – 39	135.311		
40 – 44	134.405		
45 – 49	122.443	Generasi X	20%
50 – 54	109.113		
55 – 59	95.163		
60 – 64	77.040		
65 +	56.408	Boomer	8%
Total	1.601.126		

Sumber: Data BPS Kota Semarang yang diolah (2024)

Berdasarkan tabel 2.1 dapat diketahui bahwa secara keseluruhan penduduk Kota Semarang yang berjenis kelamin perempuan lebih banyak dibandingkan yang berjenis kelamin laki-laki. Pada tabel 2.2 dapat diketahui bahwa Kota Semarang terdiri dari penduduk yang berasal dari berbagai generasi, namun persentase Generasi Z lebih banyak dibandingkan dengan generasi-generasi lainnya.

Dalam pembagian wilayah kota, Kota Semarang terbagi menjadi lima wilayah kota, yaitu Semarang Tengah/Pusat, Semarang Timur, Semarang Barat, Semarang Selatan, dan Semarang Utara.



Gambar 2.2 Peta Kota Semarang

Berikut rincian kecamatan menurut data BPS Kota Semarang di tahun 2023 berdasarkan pembagian batas wilayah adalah sebagai berikut:

- Semarang Pusat: Kecamatan Candisari, Kecamatan Gajahmungkur, Kecamatan Semarang Tengah, Kecamatan Semarang Selatan
- Semarang Utara: Kecamatan Semarang Utara, Kecamatan Semarang Timur

- Semarang Timur: Kecamatan Pedurungan, Kecamatan Genuk, Kecamatan Gayamsari
- Semarang Barat: Kecamatan Tugu, Kecamatan Ngaliyan, Kecamatan Semarang Barat, Kecamatan Mijen
- Semarang Selatan: Kecamatan Gunungpati, Kecamatan Banyumanik, Kecamatan Tembalang

Tabel 2.3 Angka Partisipasi Murni Pendidikan di Kota Semarang Tahun 2022

Jenis Kelamin	Angka Partisipasi Murni 2022 (%)			
	SD	SMP	SMA	Perguruan Tinggi
Laki-laki	100	89,62	68,9	33,46
Perempuan	99,94	92,68	71,57	42,46
TOTAL	99,97	91,26	70,24	37,77

Sumber: <https://semarangkota.bps.go.id/>

Angka Partisipasi Murni (APM) adalah persentase jumlah anak pada kelompok usia sekolah tertentu yang sedang bersekolah pada jenjang pendidikan tersebut. Angka Partisipasi Murni mencerminkan partisipasi dan akses penduduk bersekolah pada jenjang tertentu sesuai kelompok usia pada jenjang tersebut (bersekolah tepat waktu). Berdasarkan data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik, pada tahun 2022 Kota Semarang hampir mencapai nilai yang ideal untuk APM pada jenjang SD dan SMP.

Kota Semarang merupakan kota strategis yang berada di tengah-tengah Pulau Jawa. Kedudukan Kota Semarang sebagai ibukota provinsi Jawa Tengah dan ditunjang lokasi yang strategis pada jalur lalu lintas ekonomi Pulau Jawa menjadikan

Kota Semarang tidak hanya berperan sebagai pusat pemerintahan tetapi juga salah satu pusat ekonomi di Jawa Tengah. Kota Semarang memiliki lokasi strategis sebagai koridor pembangunan di Provinsi Jawa Tengah yang terdiri dari empat simpul pintu gerbang yaitu koridor pantai utara, koridor selatan, koridor timur dan koridor barat, dan juga didukung sejumlah fasilitas transportasi seperti Pelabuhan Tanjung Emas, Bandar Udara Internasional Ahmad Yani, Terminal Terboyo, serta Stasiun Kereta Api Tawang dan Poncol yang semakin menguatkan peran Kota Semarang sebagai simpul aktivitas pembangunan sekaligus gerbang perekonomian di Provinsi Jawa Tengah dan bagian tengah Pulau Jawa.

2.6 Identitas Responden

Responden dalam penelitian ini merupakan pengguna jasa transportasi online Maxim yang berdomisili di Kota Semarang dengan jumlah responden sebanyak 96 orang. Identitas responden ini digunakan untuk mencari tahu perbedaan latar belakang antar responden yang tentunya akan berbeda satu sama lain, perbedaan latar belakang tersebut dapat dilihat dari jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan, dan pendapatan.

2.6.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Pengumpulan data mengenai jenis kelamin responden dalam penelitian digunakan untuk membandingkan antara jumlah total pengguna berjenis kelamin laki-laki dan pengguna berjenis kelamin perempuan yang menjadi responden dalam penelitian ini. Berikut pengelompokan responden berdasarkan jenis kelamin:

Tabel 2.4 Pengelompokan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
Perempuan	61	63.54
Laki-laki	35	36.46
Jumlah	96	100.00

Sumber: Data primer yang diolah (2024)

Berdasarkan Tabel 2.4 dari 96 responden yang ada dapat diketahui bahwa sebagian besar pengguna jasa transportasi online Maxim adalah berjenis kelamin perempuan, yaitu sebanyak 61 orang (63,54%) dan pengguna berjenis kelamin laki-laki hanya sebanyak 35 orang (36,64%). Hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden yang menggunakan Maxim adalah berjenis kelamin perempuan.

2.6.2 Responden Berdasarkan Usia

Usia merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi seseorang untuk menentukan sikap berdasarkan dengan tingkat pemikiran atau kematangan seseorang.

Tabel 2.5 Pengelompokan Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
18-22	67	69.79
23-27	19	19.79
28-32	1	1.04
33-37	2	2.08
38-42	1	1.04
48-52	3	3.13
53-58	3	3.13
Jumlah	96	100.00

Sumber: Data Primer yang diolah (2024)

Berdasarkan Tabel 2.5 dari 96 responden yang ada dapat diketahui bahwa pengguna jasa transportasi online Maxim didominasi oleh pengguna yang berusia 18-22 tahun sebanyak 67 orang dan usia 23-27 tahun sebanyak 19 orang. Untuk penjelasan lebih dalam, maka dilakukan pengelompokan usia berdasarkan generasi seperti pada tabel berikut:

Tabel 2.6 Pengelompokan Responden Berdasarkan Generasi

Pengelompokan Generasi	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
Generasi Z (1997-2012)	86	89.58
Milenial (1981-1996)	4	4.17
Generasi X (1965-1980)	6	6.25
Jumlah	96	100.00

Sumber: Data yang diperoleh (2024)

Berdasarkan Tabel 2.6 dari 96 responden yang ada dapat diketahui bahwa pengguna jasa transportasi online Maxim didominasi oleh Generasi Z, yaitu sebanyak 86 responden. Berdasarkan Badan Pusat Statistik Generasi Z merupakan generasi dengan tahun kelahiran 1997-2012 atau yang berusia 12-27 Tahun, karakteristik Generasi Z merupakan generasi yang cepat memahami perkembangan teknologi oleh karena itu, Generasi Z lebih cepat dalam memahami penggunaan aplikasi terbaru.

2.6.3 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir seseorang dapat memberikan pengaruh terhadap bagaimana tingkat pengetahuan mereka terhadap penggunaan teknologi. Berikut

pengelompokkan responden dan mengelompokkan responden berdasarkan pendidikan terakhir seperti pada tabel 2.7.

Tabel 2.7 Pengelompokkan Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
SD	1	1.04
SMP	3	3.13
SMA	65	67.71
Diploma	3	3.13
Sarjana	23	23.96
Magister	1	1.04
Jumlah	96	100.00

Sumber: Data primer yang diolah (2024)

Berdasarkan Tabel 2.7 dari 96 responden dapat diketahui bahwa pengguna jasa transportasi online Maxim paling banyak digunakan oleh pengguna yang memiliki pendidikan terakhir SMA, yaitu sebanyak 65 orang. Sebagian besar responden dengan pendidikan terakhir SMA saat ini merupakan seorang mahasiswa, mahasiswa dinilai memiliki tingkat pemahaman yang cukup tinggi mengenai efisiensi penggunaan transportasi online, sehingga Maxim dijadikan pilihan transportasi untuk bepergian ke kampus atau ke tempat-tempat yang jaraknya lumayan jauh.

2.6.4 Responden Berdasarkan Pekerjaan

Jenis pekerjaan merupakan pekerjaan utama yang responden miliki. Melalui data pekerjaan yang dipaparkan, dapat diketahui aktivitas sehari-hari yang dilakukan responden dan bagaimana mereka menggunakan jasa transportasi online Maxim.

Berikut pengelompokan responden dan mengelompokkan responden berdasarkan pekerjaan:

Tabel 2.8 Pengelompokan Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Jenis Pekerjaan	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
Pelajar/Mahasiswa	64	66.67
Karyawan Swasta	15	15.63
Lainnya	8	8.33
Ibu Rumah Tangga	6	6.25
Karyawan BUMN	2	2.08
PNS/TNI/POLRI	1	1.04
Jumlah	96	133.33

Sumber: Data primer diolah (2024)

Berdasarkan Tabel 2.8 dari 96 responden yang ada dapat diketahui bahwa sebagian besar pengguna jasa transportasi online Maxim merupakan seorang Pelajar/Mahasiswa, yaitu sebanyak 64 orang. Responden menggunakan Maxim karena dianggap lebih efisien dan murah untuk bepergian ke sekolah, kampus, café, dan lain lain.

2.6.5 Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan

Pembagian responden berdasarkan jumlah pendapatan per bulan dipaparkan untuk mengetahui kemampuan mereka untuk menyediakan kebutuhan tersier baginya, yaitu salah satunya adalah kebutuhan untuk mencari hiburan. Berikut pengelompokan responden dan mengelompokkan responden berdasarkan pendidikan terakhir:

Tabel 2.9 Pengelompokan Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan

Pendapatan	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
Rp400.000 – Rp1.600.000	42	43.75
>Rp1.600.000 – Rp2.800.000	25	26.04
>Rp2.800.000 – Rp4.000.000	16	16.67
>Rp4.000.000 – Rp5.200.000	7	7.29
>Rp5.200.000 – Rp6.400.000	0	0.00
>Rp6.400.000 – Rp7.600.000	2	2.08
>Rp7.600.000 – Rp8.800.000	2	2.08
>Rp8.800.000 – Rp10.000.000	2	2.08
Jumlah	96	100.00

Sumber: Data primer yang diolah (2024)

Berdasarkan Tabel 2.9 dari 96 responden yang ada dapat diketahui bahwa penghasilan perbulan terbesar pengguna jasa transportasi online Maxim ada pada Rp400.000 – Rp1.600.000 sebanyak 42 orang yang merupakan seorang pelajar/mahasiswa. Maxim menjadi pilihan yang tepat untuk pelajar/mahasiswa ketika bepergian karena memiliki tarif yang terjangkau, sehingga dapat menghemat pengeluaran responden sebagai pelajar/mahasiswa.

2.6.6 Responden Berdasarkan Terakhir Kali Menggunakan Maxim

Pengelompokan responden berdasarkan kapan terakhir kali responden menggunakan Maxim dibuat untuk mengetahui sudah berapa lama responden tidak menggunakan atau kapan terakhir kali mereka menggunakan Maxim. Berikut pengelompokan responden berdasarkan terakhir kali responden menggunakan Maxim:

Tabel 2.10 Pengelompokan Responden Berdasarkan Penggunaan Maxim Terakhir Kali

Penggunaan Maxim Terakhir Kali	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
≤1 minggu yang lalu	19	20.00
2-3 minggu yang lalu	25	26.32
1 bulan yang lalu	25	26.32
>1 bulan yang lalu	26	27.37
Jumlah	95	100.00

Sumber: Data primer yang diolah (2024)

Berdasarkan Tabel 2.10 dari 96 responden dapat diketahui bahwa dari keempat kategori yang disediakan, jawaban terkait kapan terakhir kali responden menggunakan Maxim ini cukup beragam. Responden yang terakhir menggunakan Maxim dalam kurun waktu sebulan hingga kurang dari seminggu terdapat 69 orang, hal ini menandakan bahwa penggunaan Maxim dalam satu bulan terakhir cukup dominan.

2.6.7 Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Maxim

Pengelompokan responden berdasarkan frekuensi penggunaan maxim di buat untuk mengetahui intensitas penggunaan Maxim oleh responden. Berikut pengelompokan responden dan mengelompokkan responden berdasarkan frekuensi penggunaan Maxim:

Tabel 2.11 Pengelompokan Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Maxim

Frekuensi Penggunaan Maxim	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
Setiap hari	1	1.05
Beberapa kali dalam seminggu	11	11.58
Beberapa kali dalam sebulan	53	55.79
Beberapa kali dalam setahun	30	31.58
Jumlah	95	100.00

Sumber: Data primer yang diolah (2024)

Berdasarkan Tabel 2.11 dari 96 responden dapat diketahui bahwa intensitas penggunaan Maxim oleh responden yang tertinggi adalah beberapa kali dalam sebulan. Hal ini menandakan bahwa intensitas penggunaan Maxim oleh sebagian besar responden adalah tidak terlalu sering. Responden memilih menggunakan maxim ketika berada dalam keadaan tertentu saja, misalnya ketika tidak ada kendaraan lain yang bisa responden gunakan atau untuk menghindari kemacetan.

2.6.8 Responden Berdasarkan Penggunaan Transportasi Online Selain Maxim

Pengelompokan responden berdasarkan penggunaan transportasi online selain maxim dibuat untuk mengetahui apakah responden selama ini menggunakan transportasi online yang lain. Berikut pengelompokan responden berdasarkan frekuensi penggunaan Maxim:

Tabel 2.12 Responden Berdasarkan Penggunaan Transportasi Online Selain Maxim

Trasnportasi online selain maxim	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
Gojek	56	58.33%
Grab	33	34.38%
Tidak ada	7	7.29%
Jumlah	96	100.00%

Sumber: Data primer yang diolah (2024)

Berdasarkan Tabel 2.12 dari 96 responden dapat diketahui bahwa hanya sebagian besar responden menggunakan aplikasi lain selain Maxim, dan hanya 7 orang yang tidak menggunakan transportasi online selain Maxim, hal ini menandakan bahwa maxim belum menjadi pilihan utama bagi responden karena jasa transportasi online yang lain memberikan penawaran harga atau diskon yang jauh menarik dan responden kurang merasa puas selama menggunakan Maxim.

2.6.9 Hasil *Cross-tabulation*

Cross-tabulation atau tabulasi silang merupakan salah satucara menganalisis data yang menyajikan dua variabel yang berbeda ke dalam satu matriks. Tabulasi silang ini dilakukan untuk mengidentifikasi atau mencari tahu apakah terdapat korelasi antara variabel yang satu dengan variabel yang lain.

Tabel 2.13 Hasil *Cross-tabulation* Pendapatan dengan Frekuensi Penggunaan Maxim

Pendapatan \ Frekuensi	Setiap Hari	Beberapa Kali Dalam Seminggu	Beberapa Kali Dalam Sebulan	Beberapa Kali Dalam Setahun	TOTAL
Rp400.000 - Rp1.600.000		4	25	13	42
Rp1.600.001 - Rp2.800.000			16	9	25
Rp2.800.001 - Rp4.000.000		3	8	5	16
Rp4.000.001 - Rp5.200.000	1	3	2	1	7
Rp6.400.001 - Rp7.600.000			1	1	2
Rp7.600.001 - Rp8.800.000		1		1	2
Rp8.800.001 - 10.000.000			2		2
TOTAL	1	11	54	30	96

Sumber: data yang diolah (2024)

Berdasarkan tabel 2.13 dapat diketahui bahwa dari 42 orang yang memiliki pendapatan sebesar Rp400.000-Rp1.600.000 mayoritas menggunakan Maxim beberapa kali dalam satu bulan dan hanya terdapat 4 orang saja yang menggunakan Maxim beberapa kali dalam satu minggu. Hal ini menandakan bahwa responden yang memiliki penghasilan tersebut menggunakan maxim hanya ketika dalam keadaan tertentu saja tidak untuk digunakan setiap harinya.

Tabel 2.14 Hasil *Cross-tabulation* Pekerjaan dengan Frekuensi Penggunaan Maxim

Pekerjaan	Frekuensi	Setiap	Beberapa	Beberapa	Beberapa	TOTAL
		Hari	Kali	Kali	Kali	
			Dalam Seminggu	Dalam Sebulan	Dalam Setahun	
Pelajar/Mahasiswa			6	34	24	64
PNS/TNI/POLRI				1		1
Ibu Rumah Tangga			1	4	1	6
Karyawan BUMN			1		1	2
Karyawan Swasta				13	2	15
Lainnya		1	3	2	2	8
TOTAL		1	11	54	30	96

Sumber: data yang diolah (2024)

Berdasarkan tabel 2.14 dapat diketahui mayoritas responden merupakan pelajar/mahasiswa, mayoritas dari mereka menggunakan Maxim beberapa kali dalam satu bulan dan hanya terdapat 6 orang saja yang menggunakan Maxim beberapa kali dalam satu minggu. Hal ini menandakan bahwa responden yang merupakan pelajar atau mahasiswa menggunakan hanya ketika dalam keadaan tertentu saja tidak untuk digunakan setiap harinya.