BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada saat sekarang ini persaingan jasa semakin tinggi dengan ditunjukkannya permintaan kebutuhan akan jasa tersebut meningkat. Indonesia telah menjadi Negara yang berkembang dengan semakin majunya peradaban, kehidupan dan budaya manusia serta berkembangnya arus globalisasi menimbulkan adanya pergeseran nilai budaya dari masyarakat sosial menjadi cenderung lebih individual. Dengan kesibukan yang padat dan kecanggihan teknologi saat ini membuat banyak masyarakat membutuhkan suatu bentuk inovasi baru dalam bertransportasi.

Seiring dengan berkembangnya teknologi di era modern ini masyarakat memerlukan adanya transportasi yang mampu menunjang aktivitas mereka oleh karna itu banyak masyarakat yang menunggu inovasi yang akan ditawarkan perusahaan kepada pelanggan dibidang ini. Transportasi pada saat ini sudah menjadi hal penting bagi masyarakat karna membantu aktifitas dari manusia dan mengurangi beban pekerjaan secara efektif dan efisien dalam hal waktu.Kemajuan era globalisasi membuat perkembang kehidupan manusia menjadi berkembang pesat,kemajuan ini ditandai dengan semakin tingginya aktivitas dan tingkat mobilitas penduduk yang diiringi dengan bertambahnya pilihan-pilihan sarana transportasi yang ada dan pilihan transportasi ini pun ber

agam membuat masyarakat memiliki lebih banyak pilihan dan dapat menggunakan salah satunya sesuai dengan kebutuhan masing-masing.

Pengaruh lingkungan sosial juga membuat masyarakat menunggu inovasi dari berbagai perusahaan dibidang transportasi ini dengan sifat konsumen yang selektif dalam menentukan apa yang menjadi pilihan nya membuat banyak perusahaan yang sudah mulai berkompetisi didalam nya. Keinginan dari masyarakat yaitu adanya inovasi dan kreasi dari para kompetitor menciptakan alat transportasi yang bisa di gunakan dimana saja dan kapan saja dengan fasilitas yang nyaman,aman dan ekonomis sehingga masyarakat yang nantinya menjadi pelanggan dari semua kalangan hingga kalangan menengah keatas bisa merasakan transportasi jasa ini hanya dengan menggunakan teknologi sebagai alat penghubungnya.

Masyarakat menginginkan transportasi yang mudah untuk dijumpai sehingga ketika dimanapun orang itu berada bisa memanfaatkan kecanggihan dari transportasi jasa dengan bantuan dari layanan teknologi android nantinya. Seperti yang terlihat di Indonsia banyak dijumpai sepeda motor juga melakukan fungsi sebagai kendaraan umum yaitu mengangkut orang atau barang dan memungut biaya yang sama-sama disepakati. Model transportasi seperti ini disebut ojek,salah satu bentuk pilihan dari transpotasi jasa yang ada. Ojek menggunakan sistem pengguna yang datang berjalan ke pangkalan ojek yang biasanya berada di ujung-ujung gang. Kepuasan dan kenyamanan jasa pun kurang dirasakan juga transaksi pembayaran yang terkadang menggunakan tawar-menawar. Masyarakat menginginkan inovasi teknologi dari sebuah jasa untuk mempermudah masyarakat dalam beraktivitas dimana saja dan kapan saja.

Melihat peluang besar ini mulailah banyak perusahaan yang mengemukakan inovasi nya dibidang transportasi,tidak terkecuali Perusahaan Ojek Online seperti *Maxim* mulai menginovasi dan diperkenalkan ke masyarakat luas melalui media elektornik dengan pemasaran yang sesuai sasaran. *Maxim* adalah suatu jasa transportasi dalam bentuk layanan ojek professional, berusaha menawarkan faktor kecepatan, keamanan, dan kenyamanan bagi para pelanggannya. *Maxim* hadir sebagai startup yang menjanjikan di Indonesia dengan banyak pilihan kegunaan lain didalam aplikasinya seperti dikembangkan nya *Maxim Bike, Delivery Food dan Shop, Maxim Cleaning, Maxim Car* dan lainnya.

Maxim menjadi layanan ojek dalam bentuk aplikasi *mobile* melalui layanan Maxim Bike nya yang berasal dari Rusia. Dengan ini,pengguna aplikasi Maxim cukup memesan ojek melalui aplikasi *mobile* secara *online* dan nantinya akan dijemput oleh driver bike yang merespon pesanan pengguna atau calon penumpang. Transaksi pembayaran dilakukan saat pengguna sampai tujuan kepada driver ojek. Tarif yang dikenakan bervariasi berdasarkan jarak yang ditempuh atau berdasarkan berdasarkan tarif tetap yang diberlakukan. Beberapa perusahaan yang menjadi pesaing *Maxim* adalah GrabTaxi,Uber,Blue-Jak, Go-Jek yang memiliki layanan serupa seperti *Maxim*. Semakin banyaknya ojek *online* berdampak pada semakin ketatnya persaingan. Faktor yang menyebabkan terjadinya hal terebut diyakini adanya persaingan harga dan banyaknya alternatif pilihan jasa ojek online.

Berikut merupakan data yang diperoleh penulis mengenai kategori kinerja mitra adalah sebagai berikut :

Tabel 1.1 Kategori Kinerja Mitra

Range Nilai	Kinerja	Keterangan
98-100	K1	Istimewa
90-98	K2	Baik Sekali
80-90	K3	Baik
70-80	K4	Kurang
>70	K5	Kurang Sekali

Sumber : Maxim

Dari tabel 1.1 tentang kategori kinerja mitra dapat dilihat bahwa range nilai kurang dari 70 berada di kategori K5 (kinerja ke-5) yang berarti kurang sekali, sedangkan nilai 98 s/d 100 berada di kategori K1 (kinerja ke-1) yang berarti kategori kinerja istimewa.

Tabel 1.2 Tingkat Kepuasan Pengguna Maxim

Sumber : https://id.taximaxim.com

Berdasarkan pada tabel 1.2 terlihat jelas bahwa penilaian Kepuasan Pengguna Maxim dalam Tiga tahun terakhir bervariasi.

Dilihat dari grafik diatas dijelaskan bahwa jumlah pengguna aktif Maxim selalu meningkat disetiap tahun nya mulai dari 2018-2020. Pada tabel ditunjukkan peningkatan pengguna Maxim terlihat bahwa pada tahun 2018 sekitar kurang dari 100.000 pengguna dan pada tahun 2019 meningkat sekitar 500.000 pengguna bertambah serta pada awal tahun 2020 Pengguna Maxim bertambah dan mengalami peningkatan menjadi 600.000 lebih pengguna . Hal ini menunjukkan adanya peningkatan dari tahun 2018-2020 . Hal-hal yang menjadikan Maxim mengalami peningkatan pengguna adalah dari faktor harga berdasarkan penetapan tarif terbaru 2019,tarif minimum Maxim Rp 8.000 dengan tambahan tarif jarak dekat Rp 1.800/km.

Selain itu Maxim juga memberikan fasilits lengkap dalam fitur-fitur aplikasinya dengan 7 jenis layanan yaitu Maxim Bike, Maxim Car, Maxim Food, Maxim Delivery, Maxim Massage dan SPA, Maxim Cleaning, Maxim Cargo. Berdasarkan fitur layanan tersebut ditunjukkan bahwa Maxim memiliki banyak aplikasi yang memudahkan masyarakat dalam melakukan aktifitas. Kini Maxim telah beroperasi di 27 kota dan akan terus menambah area operasi guna melebarkan pasarnya. Sejalan dengan upaya tersebut, Maxim berkomitmen untuk memberikan layanan yang terbaik untuk masyarakat Indonesia.

Secara umum peningkatan Kinerja Mitra pada Maxim dari tahun 2018 sampai 2010 mengalami kenaikan disinyalir disebabkan oleh Komunikasi dan Teknologi Informasi terhadap Maxim itu sendiri.

Menurut **(Effendy, 2016)** komunikasi merupakan suatu proses penyampaian pesan yang dapat berupa pesan informasi, ide, emosi, keterampilan dan sebagainya melalui simbol atau lambang yang dapat menimbulkan efek berupa tingkah laku yang dilakukan dengan media-media tertentu.

Menurut **(Wulandari, 2020)**, teknologi informasi merupakan bagian dari sistem informasi dan teknologi informasi ditunjukkan pada teknologi yang digunakan dalam menyampaikan dan mengolah informasi. Sedangkan Menurut penelitian **(Muhammad Chairul, 2020**), teknologi informasi merupakan seperangkat alat yang membantu Anda bekerja dengan informasi dan melakukan tugas yang berhubungan dengan pemprosesan informasi. Hal ini dijelaskan bahwa teknologi informasi merupakan suatu gabungan antara teknologi komputer dan teknologi komunikasi.

Kinerja sering diartikan sebagai pencapaian tugas, dimana mitra dalam bekerja harus sesuai dengan program kerja organisasi untuk menunjukkan tingkat kinerja organisasi dalam mencapai visi, misi, dan tujuan organisasi. Menurut **(Wirawan, 2019)** Kinerja adalah hasil proses dari pekerjaan tertentu secara terencana pada waktu dan tempat dari mitra serta organisasi bersangkutan.

Kepuasan kerja merupakan faktor yang sangat penting bagi kelangsungan dan perkembangan perusahaan. Saat ini banyak perusahaan yang memahami bagaimana pentingnya kepuasan konsumen. Menurut **Kotler** dalam **Vinita Kaura (2015)** kepuasan kerja merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari membandingkan kinerja yang dirasakan dalam kaitannya dengan harapannya.

Hasil penelitian **Yonathan Enoch (2019)** menyatakan bahwa variabel komunikasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja mitra. Namun bertolak belakang dengan hasil penelitian **Janur (2017)** yang menyatakan bahwa variabel komunikasi berpengaruh tidak signifikan terhadap kinerja mitra.

Berdasarkan penelitian **Fabrian (2016)** dan **Vinita Kaura (2016)** menyatakan bahwa variabel teknologi informasi berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Mitra. Berbeda hasil Penelitian **Prasetio (2017)** menyatakan bahwa variabel Komunikasi berpengaruh positif terhadap Kinerja Mitra.

Melihat tidak konsistennya penelitian-penelitian terdahulu maka penulis tertarik untuk mereplika yang diberi judul **"PENGARUH KOMUNIKASI DAN TEKNOLOGI INFORMASI TERHADAP KINERJA MITRA MELALUI KEPUASAN KERJA SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PERUSAHAAN MAXIM "**

1.2 Identifikasi Masalah

Dari latar belakang masalah yang telah uraikan di atas, maka dapat di identifikasikan masalah-masalah sebagai berikut :

1. Banyaknya ojek online membuat persaingan semakin ketat
2. Permasalahan pada Jaringan atau Server yang error Aplikasi Maxim pada jam sibuk
3. Kepuasan pengguna mengalami penurunan disinyalir karena kinerja mitra yang belum optimal dilihat dari rekapitulasi Kepuasan Pengguna dari tahun 2018-2020 pada Perusahaan Maxim

4. Masih adanya harapan-harapan pelanggan yang belum terpenuhi dan belum diperbaiki pada aplikasi Maxim
5. Masih adanya prilaku driver yang tidak ramah yang diterima oleh pelanggan
6. Masih kurangnya komunikasi yang efektif pada mitra pada Maxim
7. Kepuasan Kerja Mitra pada Perusahaan Maxim diduga masih rendah
8. Teknologi Informasi yang masih belum optimal pada Perusahaan Maxim .
9. Hasil review yang buruk diberikan pelanggan merupakan faktor ketidakpusan pelayanan yang diberikan

1.3 Batasan Masalah

Melihat luasnya ruang lingkup yang akan dibahas serta keterbatasan waktu dan agar penelitian ini lebih fokus tidak menyimpang dari apa yang diharapkan, maka penulis membatasi permasalahan yang ada dengan Variabel Dependen Kinerja Mitra (Y), Variabel Intervening Kepuasan Kerja (Z), dan Variabel Indenpenden yaitu Komunikasi (X1) dan Teknologi Informasi (X2).

1.4 Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah tersebut dapat dibuat rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh Komunikasi terhadap Kepuasan Kerja pada Perusahaan Maxim ?

2. Bagaimana pengaruh Teknologi Informasi terhadap Kepuasan Kerja pada Perusahaan Maxim ?
3. Bagaimana pengaruh Komunikasi Terhadap Kinerja Mitra pada Perusahaan Maxim ?
4. Bagaimana pengaruh Teknologi Informasi Terhadap Kinerja Mitra pada Perusahaan Maxim ?
5. Bagaimana pengaruh Komunikasi dan Teknologi Informasi Terhadap Kinerja Mitra melalui Kepuasan Kerja pada Perusahaan Maxim ?
6. Bagaimana pengaruh Komunikasi terhadap Kinerja Mitra melalui Kepuasan Kerja pada Perusahaan Maxim ?
7. Bagaimana pengaruh Teknologi Informasi dan Kinerja Mitra melalui Kepuasan Kerja pada Perusahaan Maxim ?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada latar belakang, rumusan masalah tersebut maka penelitian ini bertujuan untuk menganalisa dan mengestimasi :

1. Pengaruh Komunikasi terhadap Kepuasan Kerja pada Perusahaan Maxim
2. Pengaruh Teknologi Informasi terhadap Kepuasan Kerja pada Perusahaan Maxim
3. Pengaruh Komunikasi Terhadap Kinerja Mitra pada Perusahaan Maxim

4. Pengaruh Teknologi Informasi Terhadap Kinerja Mitra pada Perusahaan Maxim
5. Pengaruh Komunikasi dan Teknologi Informasi Terhadap Kinerja Mitra melalui Kepuasan Kerja pada Perusahaan Maxim
6. Pengaruh Komunikasi terhadap Kinerja Mitra melalui Kepuasan Kerja pada Perusahaan Maxim
7. Pengaruh Teknologi Informasi dan Kinerja Mitra melalui Kepuasan Kerja pada Perusahaan Maxim

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan untuk Meningkatkan Kinerja Mitra pada Perusahaan Maxim .

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

   Dapat digunakan sebagai referensi dan pedoman untuk melakukan penelitian lanjutan serta sebagai bahan bacaan yang bermanfaat selain itu juga sebagai bahan perbandingan bagi pihak yang mengadakan penelitian dalam bidang yang sama.

3. Bagi Penulis

   Sebagai implementasi dalam ilmu Pemasaran yang telah penulis dapatkan selama berkuliah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Putra Indonesia “YPTK” .

4.Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi dalam meningkatkan kinerja keuangan perusahaan sehingga perusahaan lebih dapat meningkatkan kualiatas operasional perusahaannya