

STRATEGI MAXIM MENGEMBANGKAN TRANSPORTASI UNTUK MEMBERIKAN PELAYANAN DAN KENYAMANAN DI BANDAR LAMPUNG

MAXIM'S STRATEGY DEVELOPING TRANSPORTATION TO PROVIDE SERVICES AND CONVENIENCE IN BANDAR LAMPUNG

Oleh:

Indah Noversi Yolanda¹, Dadang Karya Bakti², Prasetya Nugeraha³

¹²³Ilmu Administrasi Bisnis, FISIP, Universitas Lampung

Email : inoversiyolanda@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi Maxim Dalam Mengembangkan Transportasi Publik Untuk Memberikan Pelayanan Dan Kenyamanan Pengguna. Teori yang digunakan adalah teori kepuasan pelanggan menurut Parasuraman yang memuat 5 indikator dimensi pelayanan diantaranya adalah *Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, dan Tangibles*. Metode dalam penelitian ini adalah menggunakan metode penelitian kualitatif dengan teknis analisis deskriptif serta teknik pengumpulan data dengan wawancara. Hasil penelitian menunjukkan Strategi maxim adalah dengan menawarkan jasa transportasi berbasis online yang lebih murah daripada pesaingnya, serta juga adanya fitur reservasi yang memungkinkan pelanggan melakukan orderan sesuai jam yang ingin ditentukan, dan adanya ciri khas yaitu warna kuning sebagai branding dan promosi dengan jaket, helm stiker dan banner-banner, memberikan jaminan perlindungan hukum bagi driver, jaminan waktu dan biaya bagi pelanggan, memberikan pelayanan dengan sikap yang tidak diskriminatif kepada semua pelanggan, dan memberikan aturan yang wajib ditaati dan dijalankan oleh driver. Saran Peneliti adalah agar Maxim Kota Bandar Lampung memberikan sarana pelatihan kepada driver, Memperbaiki sistem aplikasi yang digunakan, menambah fitur pembayaran melalui e-wallet, dan menindaklanjuti secara tegas terhadap driver yang melakukan pelanggaran dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.

Kata Kunci : *Strategi, Maxim, Kota Bandar Lampung, Pelayanan, Pelanggan*

Abstract

This study aims to determine Maxim's strategy in developing public transportation to provide user services and convenience. The theory used is the theory of customer satisfaction according to Parasuraman which contains 5 service dimension indicators including *Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, and Tangibles*. The method in this research is to use qualitative research methods with descriptive analysis techniques and data collection techniques by interviews. The results of the study show that the maxim strategy is to offer online-based transportation services that are cheaper than its competitors, as well as a reservation feature, and a distinctive feature, namely the color yellow as branding and promotion with jackets, helmet stickers and banners, providing guarantees of legal protection for drivers, guarantee time and costs for customers, provide services in a non-discriminatory manner to all customers, and provide rules that must be obeyed and carried out by drivers. The researcher's suggestion is for Maxim City of Bandar Lampung to provide training facilities for drivers, improve the application system used, add payment features via e-wallet, and follow up strictly on drivers who commit violations in providing services to customers.

Keywords: *Strategy, Maxim, Bandar Lampung City, Service, Customers.*

PENDAHULUAN

Peningkatan jumlah kendaraan bermotor tentunya searah dengan peningkatan kemacetan di Indonesia terutama di kota-kota besar. Sehingga untuk dapat menunjang mobilitas masyarakat yang tinggi, sangat diperlukan moda transportasi yang efektif untuk dapat menghindari atau mengurangi kemacetan (Munawar, 2007). Untuk menjawab kebutuhan masyarakat tersebut, saat ini telah lahir beberapa perusahaan penyedia aplikasi transportasi online. Untuk menjawab kebutuhan masyarakat tersebut, saat ini telah lahir beberapa perusahaan penyedia aplikasi transportasi online. Kehadiran jasa transportasi berbasis aplikasi online yang menggunakan internet seperti gojek, grab dan maxim di Indonesia merupakan salah satu solusi masyarakat untuk melakukan pekerjaan yang lebih efektif dan efisien.

Perkembangan teknologi transportasi berbasis online semakin mempermudah konsumen dalam memilih angkutan yang sesuai dengan keinginan masyarakat. (Muliani, 2022). Beberapa perusahaan besar berlomba untuk membentuk perusahaan transportasi berbasis aplikasi online, beberapa di antaranya adalah gojek, grab maupun maxim. Kemudahan yang ditawarkan ojek online dan dioperasikannya ojek online di beberapa kota di Indonesia, tidak serta dapat diterima oleh semua kalangan masyarakat. Terdapat pro dan kontra yang menyertai pengoperasian ojek online tersebut. Transportasi online dituding sebagai penyebab menurunnya pendapatan sehingga keberadaan ojek yang semakin ramai membuat ojek dan taksi konvensional merasa resah dan tersaingi.

Persaingan ekonomi merupakan salah satu cara untuk memilih produsen-produsen yang baik, dengan adanya persaingan kualitas pelayanan yang baik, para produsen dapat bersaing dalam mendapatkan penumpang. Sebagai salah satu penyedia jasa transportasi online perusahaan maxim harus lebih mengedepankan kenyamanan dan keamanan untuk penggunanya (Soekanto, 2012). Memberikan keselamatan, keamanan dan kenyamanan harus menjadi perhatian utama perusahaan pemberi jasa transportasi online. Menurut Parasuraman, Zeithaml dan Berry (dalam Tjiptono, 2012) kualitas pelayanan juga merupakan hasil persepsi dari perbandingan antara harapan pelanggan dengan kinerja nyata pelayanan. Bila mereka merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan maka mereka akan menggunakan kembali jasa perusahaan tersebut.

Bandar Lampung sebagai pusat perekonomian bagi masyarakat Lampung tentu memiliki banyak transportasi berbasis aplikasi, salah satu perusahaan penyedia jasa layanan transportasi berbasis aplikasi yaitu, maxim. Namun, maxim bukan menjadi satu-satunya perusahaan transportasi berbasis aplikasi yang cukup dikenal di Bandar Lampung. Selain maxim ada juga perusahaan lain yaitu gojek dan grab. Namun maxim memiliki keunggulan yaitu memiliki tarif yang lebih murah per 1-4 Km dibandingkan dengan gojek dan grab. Harga yang dikenakan gojek dan grab dengan tujuan yang sama dikenakan tarif Rp12.000, berbeda dengan maxim yang hanya dikenakan tarif Rp8.000. Namun meski memiliki keunggulan dalam tarif maxim tidak serta merta menarik pelanggan untuk memilih layanan transportasi online di aplikasi tersebut.

Maxim masih memiliki kekurangan dalam hal ini seperti di dalam aplikasi masih belum bisa memberikan rating ketika sesudah memesan layanan transportasi tersebut berbeda dengan kompetitornya yang bisa memberikan rating sedangkan maxim hanya memberikan tanda jempol untuk memberi penilaian kepada driver nya, yang mana hal tersebut kurang efektif dikarenakan pemesan aplikasi maxim tersebut tidak bisa melihat kualitas driver yang akan menjemputnya. Hal ini menyebabkan masih banyaknya oknum-oknum nakal yang masih menjadi driver maxim. Banyaknya komplain atau keluhan dari pelanggan akan membuat pelanggan kurang puas atau bahkan tidak puas dengan aplikasi maxim.

Kepuasan pelanggan merupakan tujuan utama dari semua perusahaan yang menawarkan produknya, sehingga dengan merasa puas pelanggan akan menjadi keuntungan bagi perusahaan. Kepuasan pelanggan secara tidak langsung akan mendorong terjadinya rekomendasi dari mulut ke mulut. Oleh karena itu, kualitas pelayanan harus menjadi fokus utama perusahaan karena dapat menciptakan kepuasan pelanggan (Yunanto, 2017).

Keputusan pembelian terdiri dari lima tahap yang dilakukan oleh seorang konsumen sebelum sampai pada keputusan pembelian dan selanjutnya pasca pembelian. Keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen dapat terjadi apabila konsumen sudah mendapatkan pelayanan dari pemberian jasa dan setelah itu konsumen merasakan adanya kepuasan dan ketidakpuasan, maka dari itu konsep-konsep keputusan pembelian tidak lepas dari konsep kepuasan pelanggan (Kotler dan Keller, 2012).

Kepuasan pelanggan menjadi faktor penting untuk mempertahankan pelanggan agar tetap menggunakan produk perusahaan. Menurut Mar'ati dan Sudarwanto (2016), kepuasan adalah perasaan yang dimiliki konsumen setelah membandingkan antara ekspektasi dengan performa produk yang dikonsumsinya. Jika performanya kurang dari ekspektasi maka pelanggan akan kecewa dan jika sesuai dengan ekspektasi konsumen akan merasa puas. Pelanggan yang merasa nyaman akan memiliki kecenderungan yang kecil untuk berpindah kepada produk lain dari perusahaan pesaing (Sanjaya dan Sawitri, 2018).

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan prosedur dalam penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari perilaku orang-orang yang dapat diamati (Moleong 2014). Penelitian kualitatif ini berfokus pada objek dari peristiwa tersebut ialah strategi maxim dalam mengembangkan transportasi publik dan mendalami fenomena kepuasan pelanggan terhadap maxim yang ada di Kota Bandar Lampung.

Penelitian ini difokuskan pada untuk menjelaskan atau mendeskripsikan mengenai kualitas pelayanan yang ada pada maxim di Kota Bandar Lampung maka penelitian ini mengambil fokus pada dimensi pelayanan yang dikemukakan oleh Parasuraman dalam (Suarico dan Ina 2017) yakni meliputi *Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, dan Tangibles*. Penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*. Menurut (Sugiyono, 2019) *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Agar memperoleh informasi yang dibutuhkan terdapat kriteria yang menjadi toak ukur peneliti dalam memilih informan antara lain:

1. Pihak Internal (Manager Customer Service Maxim)
2. Pihak Eksternal (Driver Ojek Online Maxim)
3. Pengguna Ojek Online Maxim

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini yaitu wawancara. Adapun teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini ialah reduksi data dan penyajian data. Untuk mengukur keabsahan data pada penelitian ini menggunakan triangulasi sumber sebagai teknik keabsahan data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada Manager, Driver dan Pengguna Maxim dari dimensi pelayanan berupa *Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, dan Tangibles* akan dianalisis aspek apa saja yang menjadi permasalahan atau kendala dalam pelaksanaannya. Berikut ini pembahasan hasil penelitian yang telah dilakukan.

1. Reability

Menurut Tjiptono & Chandra (2019) dalam Ernes dkk. (2022) kehandalan meliputi dua aspek utama yaitu konsistensi kinerja dan sifat dapat dipercaya. Kehandalan pada umumnya adalah kemampuan yang harus dimiliki oleh setiap karyawan agar mampu memberikan pelayanan yang berkualitas sesuai dengan yang dijanjikan pihak perusahaan kepada pelanggan.

Berkaitan dengan teori yang dikemukakan di atas hasil yang peneliti temukan dilapangan menunjukkan bahwa Maxim Kota Bandar Lampung sudah baik dalam menerapkan aspek *Reliability* hal ini dapat dilihat dari staff maxim yang selalu konsisten melakukan pelayanan kepada pelanggan, staff dan driver maxim juga telah diseleksi dengan baik agar dapat memberikan pelayanan yang baik, driver maxim telah memiliki kemampuan dan pengetahuan wilayah orderan yang cukup, serta dari sisi pelanggan melihat bahwa maxim juga merupakan salah satu dari transportasi online di Kota Bandar Lampung yang cukup populer dikalangan masyarakat juga telah memperoleh kepercayaan dari masyarakat.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu oleh Chriswardana Bayu Dewa, 2018 dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Penjualan Jasa Grabcar Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Wisatawan di Yogyakarta), dengan hasil penelitian menunjukkan hal yang sama bahwa pelayanan yang konsisten dapat menumbuhkan kepuasan pelanggan. Sebelum menjadi mitra GrabCar, para driver diberikan pelatihan terlebih dahulu dalam melakukan pelayanan kepada pelanggan, selain itu GrabCar menyediakan online map, sehingga driver diharapkan dapat menguasai jalan dengan menggunakan map tersebut.

Meskipun pada penelitian yang dilakukan oleh Peneliti di Kota Bandar Lampung maxim tidak menyediakan sarana pelatihan terhadap driver tetapi staff dan driver maxim harus diseleksi terlebih dahulu dan yang lolos dinilai telah layak dan memiliki kemampuan yang baik dalam memberikan pelayanan terhadap pelanggan.

Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa pada dimensi *reliability* Maxim Kota Bandar Lampung sudah memiliki strategi yang baik dalam memberikan pelayanan terhadap pelanggan hal ini dapat dilihat dari konsistensi pelayanan yang diberikan oleh maxim dan juga popularitas maxim yang telah dikenal dikalangan masyarakat Kota Bandar Lampung, meskipun maxim tidak menyediakan pelatihan kepada para driver dalam memberikan pelayanan akan tetapi driver memiliki kemampuan sendiri untuk memberikan pelayanan yang terbaik terhadap pelanggannya masing-masing.

2. Responsiveness

Menurut Parasuraman kesediaan untuk membantu konsumen dan memberikan layanan yang cepat dan tepat. Dimensi ini menekankan perhatian dan ketepatan dalam berurusan dengan permintaan pelanggan, pertanyaan, keluhan dan masalah. Secara teori dimensi *responsiveness* menekankan pada tingkat pelayanan yang dilakukan oleh pihak penyedia jasa dan pelaksana agar dapat memberikan pelayanan secara cepat dan tepat serta dapat mengatasi keluhan dan memberikan solusi atas permintaan dari konsumen.

Mengacu pada teori yang diungkapkan oleh Jjiptono dan Chandra (2019) dalam Ester dkk. 2022 Responsiveness adalah kesediaan, kesiapan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan.

Berdasarkan hasil penelitian menggambarkan bahwa responsif pegawai maxim dalam memenuhi kebutuhan pelanggan serta kemampuan memenuhi keluhan pelanggan masih belum berjalan dengan baik, pada umumnya karyawan sudah berupaya merespon setiap pelanggan dengan baik namun memang kenyataannya banyak sekali respon negatif dari driver maxim itu sendiri.

Pada penelitian terdahulu oleh Chriswardana, 2018 dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Penjualan Jasa Grabcar Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Wisatawan di Yogyakarta), GrabCar menyediakan aplikasi yang membantu mitra driver untuk mengetahui pesanan konsumen dengan cepat, sehingga dapat segera memberikan respon kepada konsumen, serta selalu siap sedia memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Berdasarkan analisis yang telah dipaparkan Peneliti menyimpulkan bahwa pada dimensi Responsiveness Maxim Kota Bandar Lampung dinilai belum memenuhi aspek Responsiveness dengan baik, cepat dan tanggap. Hal ini sesuai dengan beberapa pelanggan yang mengeluhkan pelayanan yang dilakukan oleh maxim dan juga driver, pelayanan di Kantor yang tidak ramah dan juga driver ojol yang menggelar aksi demo juga tentu dikarenakan mendapatkan ketidakadilan dalam pelayanan, dan hal ini harus menjadi pertimbangan maxim Kota Bandar Lampung agar dapat merespon keluhan kesah yang disampaikan oleh driver maupun pelanggan agar dapat diberikan solusi demi kenyamanan dalam pelayanannya dan tidak membuat pelanggan pergi karena ketidakpuasan terhadap pelayanan yang diperolehnya.

3. Assurance

Diartikan sebagai pengetahuan karyawan dan kesopanan serta kemampuan penyedia jasa dan karyawannya untuk memberikan kepercayaan dan keyakinan kepada konsumen. Kepercayaan yang diberikan penyedia jasa mungkin diwujudkan melalui seseorang yang menghubungkan pelanggan ke perusahaan.

Jika mengacu pada teori, dimensi Assurance yang peneliti gunakan, maka untuk melihat sejauh mana keberhasilan pihak pengelola dan pelaksana dalam memberikan pelayanan secara maksimal dinilai dari beberapa hal yaitu, perilaku para karyawan mampu menimbulkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan, dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. Berdasarkan hasil penelitian mengenai jaminan yang terdiri dari jaminan perlindungan hukum bagi driver dan juga jaminan biaya, jaminan waktu dan keamanan dalam berkendara diberikan oleh driver terhadap pelanggan, sedangkan dari sisi pelanggan pun merasa aman dan nyaman terhadap pelayanan yang diberikan oleh driver.

Penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu dari Putri Fitri Yanti, 2021 dengan judul Mengukur Kualitas Pelayanan pada Ojek Online di Masa Pandemi yang menunjukkan hasil bahwa kepuasan pelanggan dinilai dari aspek assurance yakni dapat memberikan jaminan keamanan terhadap pelanggannya. Jaminan keamanan telah terbukti mampu memberikan kepuasan terhadap pelanggan hal ini pula yang ditemukan oleh Peneliti lapangan pada Maxim Kota Bandar Lampung dimana Maxim memberikan jaminan tidak hanya keamanan terhadap pelanggan, akan tetapi juga memberikan jaminan perlindungan terhadap driver serta jaminan waktu dan biaya yang cepat dan murah.

Berdasarkan hal tersebut maka dapat disimpulkan bahwa dimensi pelayanan Assurance yang ada pada maxim Kota Bandar Lampung. Pada aspek ini pelayanan yang dilakukan oleh maxim Kota Bandar Lampung dinilai sudah baik hal ini dilihat dari jaminan yang diberikan oleh

maxim dan feedback yang diterima oleh pelanggan juga positif serta maxim sudah menjadi salah satu transportasi online yang dapat dipercaya dan digunakan untuk kebutuhan masyarakat di Kota Bandar Lampung

4. Empathy

Empathy menurut Tjiptono & Chandra (2019), yaitu perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan serta memberikan perhatian kepada para pelanggan. Pelayanan akan berjalan dengan baik apabila setiap pihak yang berkepentingan dengan pelayanan memiliki rasa empati dalam menyelesaikan komitmen yang sama terhadap pelayanan. Empati dalam hal ini memberikan perhatian yang tulus dan rasa peduli yang mana meliputi sikap tidak diskriminatif, perhatian dan kepedulian kepada pelanggan serta keramahmatan dan kesopanan yang diberikan oleh pegawai maxim dan driver terhadap pelanggan dalam memberikan pelayanan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sikap maxim Kota Bandar Lampung dan juga driver dalam melakukan pelayanan terhadap pelanggan dinilai sudah cukup baik, adanya upaya untuk saling menghargai, bersikap santun dan berusaha memberikan kenyamanan kepada pelanggan, meskipun ada beberapa driver yang masih mendapatkan ulasan yang negatif dari pelanggan.

Hal ini sesuai dengan Penelitian terdahulu Chriswardana Bayu Dewa, 2018 dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Penjualan Jasa Grabcar Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Wisatawan di Yogyakarta), dengan hasil penelitian bahwa indikator Empathy berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Strategi GrabCar Yogyakarta untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan pada dimensi Empathy adalah dengan Melalui kuesioner yang telah dibagikan konsumen puas dengan pelayanan dan perhatian yang diberikan oleh driver, seperti menaikkan barang penumpang, mengucapkan salam saat bertemu dan menurunkan penumpang, dan lain-lain. Hasil tersebut sesuai dengan apa yang Peneliti peroleh pada Maxim Kota Bandar Lampung yang juga menerapkan hal yang sama seperti bersikap sopan, ramah dalam menyapa pelanggan, serta saling menghargai sesama driver.

5. Tangibles

Tangibles menurut Tjiptono & Chandra (2019), yaitu berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan dan material yang digunakan perusahaan serta penampilan karyawan. Tangibles (Bukti Fisik) dalam kualitas pelayanan adalah bentuk aktualisasi nyata secara fisik dapat digunakan oleh karyawan sesuai dengan penggunaan dan manfaatnya yang dapat membantu pelayanan yang diterima oleh pelanggan yang menginginkan pelayanan sehingga puas atas pelayanan yang diberikan sekaligus menunjukkan hasil kerja yang baik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketersediaan sarana dan prasarana pada Maxim Kota Bandar Lampung yang mendukung pekerjaan para driver itu belum dapat dikatakan baik, hal ini dapat dilihat dari aplikasi untuk pemesanan pelanggan yang belum optimal, belum adanya sarana pembayaran e wallet untuk waktu pembayaran yang lebih efisien, namun disamping itu terkait kelayakan dari sisi kendaraan yang digunakan oleh driver sudah layak dan untuk perlengkapan atribut sudah lengkap.

Hal ini sudah sesuai dengan Penelitian terdahulu dari Chriswardana Bayu Dewa, 2018 dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Penjualan Jasa Grabcar Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Wisatawan di Yogyakarta), yang menunjukkan bahwa indikator Tangibles dipengaruhi oleh penampilan fisik kendaraan yang baik dan memenuhi indikator indikator kendaraan yang layak jalan. Strategi yang digunakan oleh Grabcar dalam memenuhi hal tersebut adalah dengan menerapkan standar umur kendaraan minimal 5 tahun, disertai dengan berbagai persyaratan administrasi untuk driver salah satunya adalah memiliki SKCK dari kepolisian. Hal demikian juga sudah diterapkan oleh Maxim Kota Bandar Lampung

terhadap mitra ojek online dengan kesepakatan lisensi dan perjanjian kerja atau kontrak kerja. Akan tetapi maxim masih belum optimal dalam sarana memberikan fasilitas dan sarana bagi driver seperti maps yang tidak akurat sehingga menyulitkan driver, sarana pembayaran yang masih belum memiliki e wallet untuk mengefisienkan waktu dan pembayaran.

6. Strategi Maxim dalam Pengembangan Transportasi Kota

1. Memperbanyak pegawai transportasi

Maxim Kota Bandar Lampung hingga saat ini masih membuka lowongan bagi mitra driver yang ingin bergabung dengan layanan Maxim, hal ini merupakan salah satu strategi yang dilakukan oleh maxim untuk mengembangkan transportasi Kota yang dapat bersaing dengan kompetitif.

2. Biaya Transportasi yang murah

Maxim Kota Bandar Lampung menerapkan strategi dengan menawarkan biaya dalam jasa pelayanannya relatif murah untuk semua kalangan baik itu pelajar, mahasiswa, karyawan maupun masyarakat untuk menarik peminat konsumen.

3. Aturan terhadap driver

Menetapkan aturan bagi driver agar terhindar dari kejahatan yang tidak di inginkan oleh konsumen, jika melanggar maka maxim akan memutuskan kontrak kerja dengan driver dan melakukan menyerahkan permasalahan masalah ke polisi untuk ditindaklanjuti.

4. Melakukan promosi

Strategi yang dilakukan oleh maxim dalam mengembangkan transportasi Kota adalah dengan melakukan promosi-promosi hal ini bertujuan untuk menyebarkan informasi tentang pelayanan maxim, dan menarik minat masyarakat agar menggunakan jasa transportasi online yang telah disediakan oleh maxim.

5. Menjamin keselamatan driver dan pelanggan

Maxim memberikan jaminan perlindungan hukum bagi driver hal ini sebagai strategi yang dilakukan untuk pencegahan terjadinya orderan fiktif yang dapat mengancam keselamatan driver. Kemudian driver maxim juga dibekali aturan kerja yang harus dijalankan dalam melakukan pelayanan hal ini untuk memberikan rasa aman dan nyaman bagi pelanggan.

Strategi maxim beberapa hal telah tercapai dan diterapkan dalam memberikan pelayanan dan pengembangan transportasi Kota serta dalam mengatasi persoalan-persoalan yang berkaitan dengan driver dan pelanggan, meskipun demikian tidak sepenuhnya strategi maxim itu berjalan seperti halnya dalam mengatasi persoalan ketidakakuratan peta dan rute perjalanan masih belum ada respon akan seperti apa dari pihak maxim dalam mengatasi hal tersebut, sejauh ini belum ada rencana atau program penambahan fitur-fitur lainnya yang sesuai dengan keinginan pelanggan seperti penambahan pembayaran dan mitra maxim food yang belum juga direalisasikan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat menarik kesimpulan bahwa terhadap dimensi pelayanan Maxim Kota Bandar Lampung adalah, strategi maxim dalam *Reliability* menawarkan jasa transportasi murah dan menggunakan ciri khas warna kuning sebagai branding.

Responsiveness pada strategi maxim menawarkan fitur reservasi yang berguna untuk menghemat waktu. *Assurance* dalam strategi maxim memberikan jaminan perlindungan terhadap driver dan pelanggan. *Empathy* dalam strategi maxim menunjukkan sikap yang tidak diskriminatif kepada semua pelanggan, driver memberikan pelayanan dengan ramah dan adanya upaya untuk saling menghargai terhadap sesama. *Tangibles* dalam strategi maxim memberikan aturan yang wajib ditaati dan dijalankan oleh driver sehingga pelayanan yang diberikan terhadap pelanggan harus mengacu pada ketentuan-ketentuan pelayanan yang telah ditetapkan oleh maxim.

Saran

Untuk menjalankan peran strategi maxim yang handal, maka Maxim Kota Bandar Lampung diharapkan memberikan pelatihan terhadap driver dan pengevaluasian lebih baik. Perusahaan diharapkan melakukan penambahan fitur pembayaran secara e wallet, penambahan mitra untuk pemesanan makanan maxim food, penambahan fitur rating driver untuk memberikan penilaian atas kinerja driver. Diharapkan perusahaan juga memperbaiki system aplikasi dan optimalkan GPS dan maps serta penentuan titik lokasi yang akurat sehingga dapat memberikan kenyamanan terhadap pelanggan.

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan mampu menghadirkan informan yang memahami betul persoalan dan kebutuhan penelitian dikarenakan penelitian ini memiliki keterbatasan di dalamnya, minimnya informan dan sumber informasi dari dalam maxim itu sendiri. Dalam pengumpulan data menggunakan wawancara informasi yang diberikan oleh informan terkadang tidak menunjukkan pendapat informan yang sesungguhnya, oleh karena itu bagi peneliti selanjutnya agar menggunakan unsur observasi, dan dokumentasi dalam pengumpulan data untuk memperkuat penelitian yang dilakukan. Serta diharapkan juga peneliti selanjutnya memiliki objek yang dapat diperluas lagi dan tidak terbatas pada perusahaan maxim saja, melainkan juga perusahaan sektor lainnya yang berperan dalam transportasi online di Kota Bandar Lampung.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, P. (2012). *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan dan Pengendalian*. (Terjemahan Ancella Anitawati Hermawan). Jilid II. Edisi 9. Prenhallindo. Jakarta.
- Mar'ati, N. C., & Sudarwanto, T. (2016). *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Ojek Online (Studi Pada Konsumen Gojek di Surabaya)*. 4(3), 1–12 Miles, Matthew B., and A. Michael Huberman, & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook* (Terjemahan).
- Moleong, Lexy J. (2014). *Metodologi Penulisan Kualitatif*. Edisi Revisi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Muliani, S., & Sembiring, R. D. (2022). *Persepsi masyarakat terhadap penggunaan transportasi ojek online go-jek di kota medan*. Jurnal Ruang Luar dan Dalam, 3(1), 35-41. Sarwono, J. (2006). *Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif*.
- Sanjaya, L. J., & Sawitri, D. R. (2018). *Hubungan Antara Kenyamanan Pelayanan Dengan Loyalitas Pelanggan: Studi Pada Mahasiswa Universitas Diponegoro Pengguna Layanan Gojek di Semarang*. Jurnal Empati, 6(4), 149–156.
- Sugiyono, D. (2014). *Metode penelitian pendidikan*. Alfabeta, Bandung Wijaya, H. (2018). *Analisis data kualitatif ilmu pendidikan teologi*. Sekolah Tinggi Theologia Jaffray.