

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada kehidupan sehari-hari kita sebagai makhluk sosial tidak akan lepas dengan yang namanya komunikasi. Komunikasi itu bisa dalam lingkup keluarga, teman serta pekerjaan. Pastinya komunikasi itu sangat membutuhkan sebuah cara untuk menghubungkan antara manusia satu dengan manusia yang lainnya.

Hampir semua pekerjaan memerlukan komunikasi yang baik, salah satunya merupakan pekerjaan menjadi *driver* transportasi *online*. Menjadi seorang *driver* transportasi *online* bukan merupakan pekerjaan yang mudah, karena membutuhkan komunikasi baik yang terjalin antara *driver* dan pelanggan.

Driver ojek *online* merupakan sebuah fenomena yang sudah cukup lama di Indonesia. Dilansir dari papua.tribunnews.com layanan transportasi *online* pertama yang ada di Indonesia merupakan *Go-Jek* sejak 2010, kemudian disusul oleh *Grab* yang berdiri di Indonesia sejak 2014 dan yang terakhir adalah *Maxim* yang masuk ke Indonesia pada tahun 2018 lalu. Dalam penelitian ini peneliti memfokuskan pada jasa transportasi *online Maxim*.

Alasan peneliti untuk meneliti tentang *driver* transportasi *online Maxim* ini karena pengguna layanan transportasi *online Maxim* semakin hari semakin banyak, tidak seperti tahun-tahun sebelumnya. Tidak hanya karena pengguna yang semakin bertambah banyak, tetapi juga banyaknya terjadi kasus yang berkaitan antara *driver Maxim* dengan pelanggan.

Hal ini mengakibatkan adanya hal-hal yang terjadi ketika pelanggan mendapatkan seorang *driver* dan memfokuskan penelitian ini terhadap komunikasi interpersonal yang berlangsung ketika *driver* mendapatkan orderan, *driver* menjalankan orderan dan setelah *driver* menyelesaikan orderan.

Sebelum masuknya era digital sekarang ini, dahulu ada sebuah pekerjaan yang dinamakan ojek atau bisa diartikan sebagai penyedia jasa antar dari tempat

satu ke tempat lainnya, biasanya penyedia jasa tersebut menunggu disebuah terminal, stasiun, bandara dan tempat-tempat yang ramai dikunjungi oleh masyarakat. Hal tersebut sudah sangat lumrah untuk kita temui karena memang penyedia layanan jasa antar atau ojek ini sangat dibutuhkan oleh masyarakat terkhususnya bagi orang-orang yang merantau dan tidak memiliki kendaraan pribadi.

Masih banyak penyedia jasa ojek pengkolan yang dapat kita jumpai sampai saat ini, mereka memilih untuk tidak mengikuti perkembangan zaman yang ada pada saat ini. Perkembangan zaman memang sangatlah nyata didalam kehidupan bermasyarakat ataupun pekerjaan, mereka yang tidak mengikuti perkembangan zaman akan tertinggal jauh dibelakang.

Tukang ojek yang masih menggunakan cara konvensional yaitu menunggu penumpang ditempat-tempat pusat keramaian hanya dapat menjangkau pelanggan pada area tersebut, hal itulah yang menyebabkan pendapatan dan jangkauan pelanggan hanya itu-itu saja.

Semakin berkembangnya zaman, penyedia layanan transportasi yang dulunya memberikan layanan secara konvensional dengan cara menunggu disuatu tempat, sekarang telah merambah ke dunia digital yang dapat mempermudah penyedia jasa transportasi dan pelanggan untuk saling terhubung satu sama lain.

Dengan masuknya era digital sekarang, layanan transportasi sangat berguna bagi masyarakat yang khususnya tidak memiliki kendaraan pribadi untuk berpergian. Banyak layanan transportasi *online* di Indonesia ini antara lain *Gojek*, *Grab*, *Maxim* dan *inDriver*.



Gambar 1. 1 21,7 Juta Masyarakat Indonesia Pakai Transportasi Online
(Sumber: cnbcindonesia.com)

Dilansir dari CNBCIndonesia.com sebanyak 21,7 Juta Masyarakat Indonesia menggunakan transportasi *online*. Hal tersebut tercantum dalam laporan *We Are Social 2020-Digital 2020* di Indonesia per Januari 2020, yang mengungkapkan bahwa pengguna internet di Indonesia sebesar 75% menggunakan aplikasi mobile pada kategori pemetaan. Banyak hal yang mempengaruhi masyarakat lebih memilih menggunakan layanan transportasi *online* seperti, dapat memesan kapanpun dan dimanapun, biaya argo yang kompetitif serta keefektifan waktu menjadi alasan masyarakat lebih memilih layanan transportasi *online*.

Salah satu penyedia layanan transportasi *online* di Indonesia merupakan *Maxim* yang telah beroperasi sejak tahun 2018 di Indonesia dan sudah tersebar diseluruh kota. *Maxim* hadir untuk menyaingi layanan transportasi *online* yang ada di Indonesia seperti *Go Jek*, *Grab* dan *inDriver*.

Maxim dapat dikatakan pendatang baru diranah layanan transportasi *online*, tetapi seiring berjalannya waktu *Maxim* sudah dapat bersaing dengan kompetitornya dengan menyediakan berbagai layanan seperti pengantaran barang, pembelian barang hingga jasa untuk membersihkan rumah.

Dilansir dari taximaxim.com pada 7 Juli 2020 – Selama 1 Tahun, Pertumbuhan Pengguna Transportasi *Online Maxim* Naik Hingga 31 Kali. Persaingan antar penyedia layanan transportasi *online* di Indonesia sangatlah ketat,

banyak promosi besar-besaran demi menarik para konsumen agar memilih penyedia layanan transportasi *online* terbaik.

Maxim dari tahun 2018 memang masih sedikit peminat, tetapi dengan ditambahkannya layanan seperti pengantaran barang, pembelian barang, jasa bersih-bersih hingga pengantaran luar kota. Promosi-promosi yang dilakukan juga berdampak akan meningkatnya peminat yang menggunakan *Maxim* karena memang harganya yang jauh lebih murah dari para kompetitornya.

Dengan penambahan layanan tersebut maka semakin banyak para konsumen yang tertarik dan tetap menggunakan *Maxim* hingga sekarang. Kenaikan pengguna dengan pesat terlihat pada bulan Juli 2019 dan terus meningkat hingga Januari 2020. Kenaikan ini diakibatkan karena memang tarif yang diberikan oleh *Maxim* kepada pelanggan sangatlah murah sekali dari pada para kompetitor lainnya.

Tidak hanya tarif yang sangat murah, seperti yang dijelaskan sebelumnya kenaikan popularitas *Maxim* ini juga terjadi karena promosi-promosi yang mereka lakukan mencakup banyak lini. Promosi yang dilakukan secara langsung dilampu merah yang padat akan para pengendara hingga promosi menggunakan sosial media agar mencakup lebih luas.



Gambar 1. 2 Popularitas Maxim

(Sumber: *taximaxim.com*)

Pekerjaan menjadi *driver* transportasi *online* tidak bisa dipandang sebelah mata, karena para *driver* menghadapi orang-orang yang berbeda setiap harinya dan tidak jarang juga para *driver* sering mengeluh dengan adanya pelanggan-pelanggan yang membuat ketidaknyamanan *driver*, begitu juga sebaliknya tidak jarang juga pelanggan mendapatkan *driver* yang tidak mengikuti SOP (Standar Operasional Pekerja) dan juga memiliki sikap yang tidak ramah terhadap pelanggan.

Sikap-sikap yang tidak baik itulah yang membuat pelayanan yang diberikan baik dari *driver* ke pelanggan ataupun pelanggan ke *driver* menjadi hal yang sangat penting untuk diperbaiki. Salah satu cara untuk memberikan pelayanan baik merupakan komunikasi yang baik antara *driver* dengan pelanggan, berkomunikasi yang baik dengan pelanggan menjadi hal yang penting bagi para *driver* transportasi *online* supaya tidak terjadi kesalahpahaman ataupun hal-hal yang tidak diinginkan dari kedua belah pihak.

Banyak kasus-kasus yang terjadi karena kesalahpahaman *driver* dengan pelanggan, kasus itu sering *diposting* oleh *driver* ke dalam group *Facebook Driver Maxim*. Hal tersebut terlihat seperti sangat sepele, tetapi itu merupakan salah satu kasus yang sangat sering terjadi dan mengakibatkan hilangnya kepercayaan dari pelanggan.

Salah satu hal lagi yang sering disepelekan oleh *driver* transportasi *online* adalah komunikasi dengan pelanggan yang mengakibatkan hal-hal yang tidak diinginkan seperti *driver* salah menuju titik jemput dan pelanggan tidak mendapatkan pelayanan yang baik, sehingga *driver* mendapatkan rating yang buruk dari pelanggan dan menyebabkan susah mendapatkan orderan berikutnya. Rating yang buruk sangat berpengaruh bagi *driver*, karena dengan rating pelanggan dapat melihat seberapa baik pelayanan dan perilaku seorang *driver* terhadap pelanggan.

Tidak jarang juga kasus yang terjadi *driver* yang tidak ramah terhadap pelanggan yang menjadikan pelanggan memberikan penilaian yang buruk untuk *driver*, kasus-kasus ini sering terjadi terutama kepada para mahasiswa yang menggunakan layanan transportasi *online*. *Driver* yang tidak ramah tersebut

kebanyakan merupakan *driver* yang baru terjun ke dunia ojek *online*, mereka belum tahu caranya memperlakukan pelanggan dengan semestinya.



Gambar 1. 3 Berita Penumpang *Maxim* Diancam Dibunuh Driver Online
(Sumber: finance.detik.com)

Kasus yang terjadi mulai dari beradu mulut hingga *driver* mengancam membunuh pelanggannya, seperti yang dilansir finance.detik.com bahwa penumpang *Maxim* diancam dibunuh *driver online*. Hal tersebut sangat merugikan baik dari mitra *driver* hingga penyedia layanan transportasi *online Maxim* yang tercoret nama baiknya dengan perilaku mitra *driver*nya sendiri.

Demi meminimalisir hal-hal yang tidak diinginkan, *driver* harus bisa berkomunikasi dengan baik dengan pelanggan supaya tidak terjadi mis komunikasi dan *driver* juga dapat memberikan pelayanan yang memuaskan kepada pelanggan, dengan demikian pelanggan juga menjadi nyaman serta dapat memberikan nilai rating yang baik untuk *driver* itu sendiri. Dengan adanya komunikasi yang baik maka dapat terjalinnya hubungan baik antara *driver Maxim* dengan pelanggan itu sendiri.

1.2 Identifikasi Masalah

Peran komunikasi interpersonal *driver* transportasi *online Maxim* terhadap pelanggan.

1.3 Pembatasan Masalah

Peran komunikasi interpersonal *driver* transportasi *online Maxim* dalam meningkatkan kualitas pelayanan.

1.4 Rumusan Masalah

Bagaimana komunikasi interpersonal dapat berperan dalam meningkatkan pelayanan driver *Maxim* terhadap pelanggan?

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini dirumuskan sesuai dengan latar belakang masalah dan rumusan masalah, dengan demikian tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui peran dari komunikasi interpersonal dalam meningkatkan pelayanan driver *Maxim* terhadap pelanggan.

1.6 Manfaat Penelitian

Peneliti berharap dalam hasil penelitian ini dapat diambil manfaat baik secara akademis maupun praktis.

1.6.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini dapat dimanfaatkan untuk para peneliti selanjutnya sebagai bahan referensi atau sumber informasi dengan topik dan tema yang sama yang berkaitan dengan peran komunikasi interpersonal dalam meningkatkan pelayanan.

1.6.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi bagi para driver ojek *online* terkhususnya driver *Maxim* untuk meningkatkan pelayanan bagi para pelanggan dari segi komunikasi interpersonal, supaya pelanggan mendapatkan pelayanan yang maksimal serta mendapatkan citra yang baik bagi driver transportasi *online* dikalangan masyarakat.

1.7 Sistematika BAB

Penelitian ini bersisi dari beberapa bagian yang diantaranya bagian awal, bagian utama atau inti skripsi dan bagian akhir.

1.7.1 BAB I Pendahuluan

Terdiri dari Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian dan sistematika penulisan.

1.7.2 BAB II Tinjauan Pustaka

Dalam tinjauan pustaka berisi tentang teori serta konsep yang digunakan peneliti dalam melakukan penelitian.

1.7.3 BAB III Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian berisikan jenis penelitian serta metode yang digunakan peneliti, ditunjukkan untuk mengumpulkan data serta teknik analisa data ataupun variable-variabel penelitian yang dibutuhkan sesuai dengan penelitian yang ingin diteliti.

1.7.4 BAB IV Hasil Dan Pembahasan

Hasil dan pembahasan berisi bukti-bukti serta data yang ditemui oleh peneliti dalam melakukan penelitian dengan didasarkan oleh teori-teori dan konsep serta metode yang digunakan oleh peneliti.

1.7.5 BAB V Penutup

Penutup berisikan tentang kesimpulan atau saran peneliti serta kelanjutan penelitian yang dapat dikembangkan.