

Keberadaan Ojek Online Maxim dalam Mendukung Mobilitas Mahasiswa IAIN Fattahul Muluk Papua pada Kampus yang Tidak Dilalui Trayek Angkutan Kota

Maher Saefuloh, Hayati Mardhotillah, Muhamad Yusuf*, Zulihi, Topan Hidayat, Amri, Sahibul Kahfi

Institut Agama Islam Negeri Fattahul Muluk Papua, Indonesia

 joesoef1974@gmail.com*

Abstract

This study aims to examine the existence of Maxim online motorcycle taxi services in supporting the mobility of students without private vehicles in Jayapura City. The research employed a descriptive qualitative approach involving students who had experience using Maxim services. Data were collected through interviews, observations, and documentation, and analyzed using the Miles and Huberman model, which consists of data reduction, data display, and conclusion drawing. The findings revealed that Maxim played a significant role in supporting the mobility of students in Jayapura City. The primary factors influencing students' use of Maxim were affordability and accessibility. Affordable fares were identified as the primary reason students preferred Maxim over other transportation options. In addition, the user-friendly mobile application, fast booking process, and service flexibility were considered effective in supporting students' academic activities and daily mobility. The study also identified several advantages of Maxim services, including affordable fares, convenient digital payment options, prompt service, and friendly and polite drivers. However, several challenges remain, such as the limited number of drivers, longer pick-up times, and difficulties experienced by drivers in locating pick-up or destination points. Overall, Maxim online motorcycle taxi services contributed positively to the mobility of students without private vehicles in Jayapura City, although improvements in service quality are still needed to enhance user comfort and satisfaction.

Keywords: Online motorcycle taxi, student mobility, online transportation, Jayapura City, service quality

ARTICLE INFO

Article history:

Received

June 23, 2026

Revised

July 7, 2026

Accepted

July 9, 2026

Published by
Website

This is an open access article under the CC BY SA license

Tapis : Jurnal Penelitian Ilmiah

<http://e-journal.metrouniv.ac.id/index.php/tapis/index>

<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>



PENDAHULUAN

Transportasi merupakan kebutuhan mendasar yang sangat penting dalam mendukung aktivitas sehari-hari, terutama bagi mahasiswa yang mobilitasnya tinggi. Mahasiswa sering berpindah dari satu tempat ke tempat lain, mulai dari tempat tinggal ke kampus, mengikuti kegiatan belajar kelompok, menghadiri seminar, hingga aktivitas organisasi atau sosial. Mobilitas yang tinggi ini membutuhkan sarana transportasi yang praktis, cepat, dan dapat diandalkan. Namun, tidak semua mahasiswa memiliki

Doi <http://dx.doi.org/10.32332/tapis.v10i2.14286>

ISSN Print 2579-3233; Online 2580-068X

Volume 10 Number 2, July 2026, page 110-126

kendaraan pribadi, sehingga mereka sangat bergantung pada transportasi umum atau alternatif lain yang tersedia di sekitarnya.

Seiring dengan perkembangan teknologi digital, inovasi transportasi berbasis aplikasi, seperti ojek *online* Maxim, semakin populer dan menjadi solusi alternatif bagi masyarakat, khususnya mahasiswa. Layanan ini menawarkan kemudahan dalam pemesanan, kecepatan, dan efisiensi waktu, sehingga menjadi pilihan yang menarik dibandingkan transportasi konvensional. Kehadiran ojek *online* juga mengubah cara mahasiswa melakukan mobilitas sehari-hari, memungkinkan mereka untuk lebih fleksibel dalam menjangkau berbagai lokasi tanpa harus memiliki kendaraan sendiri.

Di Kota Jayapura, kebutuhan mobilitas mahasiswa relatif tinggi karena kota ini memiliki jumlah perguruan tinggi dan kegiatan akademik yang padat. Mahasiswa yang tidak memiliki kendaraan pribadi menghadapi berbagai tantangan, seperti keterbatasan waktu, jarak yang cukup jauh antara tempat tinggal dan kampus, serta akses transportasi konvensional yang belum sepenuhnya merata. Salah satu kondisi yang terjadi adalah pada lingkungan IAIN Fattahul Muluk Papua, yang hingga saat ini belum dilalui secara langsung oleh trayek angkutan kota (angkot) lokal. Hal ini disebabkan oleh wilayahnya yang terletak di atas bukit dengan beberapa tanjakan yang agak sulit bagi kendaraan yang sudah tua untuk dapat menjangkau wilayah tersebut dan di sekitarnya masih jarang pula warga yang bermukim di wilayah tersebut. Kondisi tersebut menyebabkan sebagian mahasiswa harus berjalan kaki cukup jauh untuk mencapai titik pemberhentian angkutan umum atau mencari alternatif transportasi lain agar dapat menuju kampus maupun kembali ke tempat tinggal. Bagi mahasiswa yang berasal dari luar daerah, tinggal di kos, dan tidak memiliki kendaraan pribadi, keterbatasan akses transportasi ini menjadi tantangan tersendiri dalam menjalankan aktivitas akademik sehari-hari.

Dalam kondisi tersebut, ojek *online* Maxim menjadi salah satu alternatif transportasi yang banyak dimanfaatkan mahasiswa. Kendaraan roda dua lebih lincah dan mampu mencapai wilayah tersebut. Layanan ini dinilai mampu menjangkau lokasi kampus secara langsung tanpa bergantung pada jalur trayek angkutan umum. Selain memberikan kemudahan akses, Maxim juga membantu mahasiswa menghemat waktu perjalanan dan meningkatkan fleksibilitas mobilitas, terutama ketika harus menghadiri perkuliahan, kegiatan organisasi, seminar, maupun aktivitas akademik lainnya.

Meskipun menawarkan banyak keuntungan, penggunaan ojek *online* tidak lepas dari berbagai permasalahan dan keresahan. Beberapa mahasiswa menghadapi kendala seperti pengemudi yang sulit ditemukan di beberapa lokasi, kendala teknis aplikasi, serta ketidakpastian tarif pada waktu-waktu tertentu. Selain itu, terdapat pula kekhawatiran terkait keamanan perjalanan, terutama ketika menggunakan layanan pada malam hari atau di wilayah yang relatif sepi. Di sisi lain, kehadiran transportasi *online* juga memunculkan persaingan dengan transportasi konvensional karena adanya perbedaan tarif dan sistem pelayanan yang ditawarkan.

Keberadaan ojek *online* seperti Maxim bagi mahasiswa yang tidak memiliki kendaraan pribadi menjadi sangat strategis karena membantu mengatasi keterbatasan akses transportasi, menghemat waktu, serta mempermudah mobilitas menuju berbagai fasilitas pendidikan dan aktivitas sosial. Terlebih bagi mahasiswa IAIN Fattahul Muluk Papua yang tidak didukung oleh trayek angkutan umum yang menjangkau area kampus secara langsung, layanan transportasi *online* menjadi salah satu pilihan yang paling utama dalam menunjang kegiatan sehari-hari. Namun demikian, efektivitas layanan ini tetap bergantung pada aspek aksesibilitas, kualitas pelayanan, dan keamanan yang diberikan, sehingga perlu dikaji lebih mendalam.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran ojek *online* Maxim dalam mendukung mobilitas mahasiswa yang tidak memiliki kendaraan pribadi di Kota Jayapura. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan menganalisis kelebihan dan kekurangan layanan *Maxim* serta mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi mahasiswa dalam memilih layanan tersebut dibandingkan moda transportasi lainnya. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang komprehensif mengenai keberadaan ojek *online* Maxim dalam menunjang mobilitas mahasiswa tanpa kendaraan pribadi, khususnya di lingkungan IAIN Fattahul Muluk Papua dan Kota Jayapura pada umumnya.

Keterbatasan sarana transportasi umum menyebabkan anak-anak menghadapi kesulitan dalam menempuh pendidikan, mengingat jarak antara sekolah dan kampung yang cukup jauh, serta kondisi ekonomi masyarakat yang rendah sehingga sulit untuk memiliki kendaraan pribadi. Selain itu, faktor keamanan di daerah tersebut membuat sopir angkutan umum enggan melayani penumpang (Ramadhani et al., 2025)

Astawa & Setiawan, (2025), meneliti kualitas pelayanan antara layanan ojek *online* Maxim dan *inDrive* pada mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi. Penelitian ini menggunakan metode komparatif dengan analisis statistik deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan Maxim dinilai sedikit lebih rendah dibandingkan *inDrive*, yang berdampak pada tingkat kepuasan mahasiswa. Meskipun demikian, perbedaan tersebut tidak terlalu signifikan. Penelitian ini relevan karena menunjukkan bahwa kualitas layanan Maxim menjadi salah satu faktor penting dalam memengaruhi kepuasan dan pilihan mahasiswa dalam menggunakan transportasi *online*.

Selanjutnya, Tambuan et al., (2023), menunjukkan bahwa tarif, promosi, dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, baik secara individu maupun bersama-sama. Di antara ketiga variabel tersebut, kualitas layanan memiliki pengaruh paling dominan. Penelitian ini relevan karena menunjukkan bahwa kualitas layanan dan keterjangkauan biaya pada Maxim menjadi faktor penting dalam membentuk kepuasan dan loyalitas pengguna, termasuk mahasiswa sebagai salah satu kelompok pengguna utama.

Mahasiswa memiliki persepsi yang positif terhadap penggunaan transportasi *online*, termasuk layanan seperti Maxim, terutama dari segi kenyamanan, kemudahan akses, efisiensi, dan keamanan. Penelitian ini menggunakan instrumen yang telah terbukti valid dan reliabel, serta didukung oleh uji statistik yang menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan signifikan persepsi antar pengguna berdasarkan preferensi aplikasi. Hasil penelitian tersebut menegaskan bahwa transportasi *online* telah menjadi pilihan utama mahasiswa dalam mendukung aktivitas akademik mereka. Penelitian ini relevan karena menunjukkan pentingnya peran layanan transportasi *online* dalam menunjang mobilitas mahasiswa (Febriani et al., 2025).

Kinerja layanan transportasi *online* di Kota Jayapura dalam memengaruhi kepuasan pengguna. Penelitian ini menggunakan pendekatan asosiatif dengan metode deskriptif, serta melibatkan responden yang telah menggunakan layanan transportasi *online*, termasuk Maxim. Kinerja layanan diukur melalui lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan secara keseluruhan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna. Hal ini menegaskan bahwa semakin baik kualitas layanan yang diberikan, maka semakin tinggi tingkat kepuasan pengguna transportasi *online*. Penelitian ini relevan karena menunjukkan pentingnya kualitas

pelayanan dalam penggunaan layanan ojek *online* di Kota Jayapura, yang juga berkaitan dengan mobilitas mahasiswa sebagai pengguna (Abas et al., 2024).

Research gap penelitian ini terletak pada belum adanya kajian yang secara khusus dan komprehensif membahas peran ojek *online* Maxim dalam mendukung mobilitas mahasiswa yang tidak memiliki kendaraan pribadi di Kota Jayapura. Penelitian ini tidak hanya meninjau aspek kualitas layanan dan kepuasan pengguna, tetapi juga mengkaji manfaat layanan, kendala penggunaan, tingkat aksesibilitas, keamanan, serta faktor-faktor yang memengaruhi mahasiswa dalam memilih Maxim sebagai sarana transportasi utama. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi baru dalam pengembangan kajian transportasi *online*, khususnya terkait mobilitas mahasiswa di wilayah Kota Jayapura.

Selama setengah abad terakhir, penelitian mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen banyak didominasi oleh gagasan yang berkaitan dengan harapan pelanggan serta proses terpenuhi atau tidak terpenuhinya ekspektasi tersebut. Gagasan ini kemudian dirumuskan secara lebih sistematis dalam sebuah kerangka yang dikenal sebagai teori konfirmasi dan diskonfirmasi (*expectancy-disconfirmation theory*), yang menjelaskan bahwa tingkat kepuasan konsumen ditentukan oleh kesesuaian antara harapan awal dengan kinerja yang dirasakan setelah menggunakan suatu produk atau layanan (Oliver, 1980; Golder et al., 2012; Sivakumar et al., 2014; Schiebler et al., 2025).

Konsumen memiliki kecenderungan untuk menyesuaikan atau mengarahkan penilaian kepuasan mereka agar tetap mendekati harapan awal yang telah terbentuk sebelum menggunakan suatu produk atau layanan. Dengan demikian, meskipun pengalaman yang dirasakan tidak sepenuhnya sesuai, konsumen cenderung “mengoreksi” persepsinya agar tidak terlalu jauh berbeda dari ekspektasi awal, sehingga penilaian yang diberikan tetap berada dalam kerangka harapan tersebut (Schiebler et al., 2025).

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif untuk memahami fenomena keberadaan ojek *online* Maxim dalam mendukung mobilitas mahasiswa tanpa kendaraan di Kota Jayapura. Pendekatan kualitatif digunakan untuk menggali pengalaman, persepsi, dan pandangan mahasiswa terhadap penggunaan layanan Maxim, sedangkan pendekatan deskriptif bertujuan menggambarkan kondisi di lapangan secara sistematis dan faktual (Fadli, 2021). Penelitian dilaksanakan pada mahasiswa IAIN Fattahul Muluk Papua yang berdomisili dan beraktivitas di Kota Jayapura, khususnya mahasiswa yang tidak memiliki kendaraan pribadi dan pernah menggunakan layanan ojek *online* Maxim.

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam untuk memperoleh informasi secara langsung dari informan, observasi untuk melihat kondisi nyata penggunaan layanan di lapangan, serta dokumentasi sebagai data pendukung. Penggunaan berbagai teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif bertujuan untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif terhadap fenomena yang diteliti. Informan dalam penelitian ini berjumlah 4 (empat) orang mahasiswa yang ditentukan berdasarkan teknik *purposive sampling*, yaitu responden yang secara rutin menggunakan ojek *online* Maxim sehingga memiliki pengalaman yang memadai mengenai penggunaan layanan tersebut.

Teknik analisis data menggunakan model analisis interaktif dari Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, yaitu merangkum data yang diperoleh dalam penelitian. Penyajian data, yaitu melakukan pembuatan berbagai uraian singkat hubungan antar kategori yang sejenis. Selanjutnya dilakukan penarikan kesimpulan. Model analisis ini memungkinkan peneliti mengorganisasi data secara sistematis sehingga memudahkan proses interpretasi dan penemuan makna dari data yang diperoleh (Qomaruddin & Sa'diyah, 2024). Untuk menjamin keabsahan data, digunakan teknik triangulasi sumber dan triangulasi teknik dengan membandingkan data hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi sehingga diperoleh hasil penelitian yang valid dan dapat dipercaya (Nurfajriani et al., 2024). Indikator kejenuhan data yang dilakukan peneliti yaitu dilakukan dengan pengulangan pertanyaan yang sama pada keempat informan sampai pada titik kesamaan jawaban.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Faktor-faktor yang Memengaruhi Mahasiswa dalam Memilih Layanan Ojek *Online* Maxim Dibandingkan dengan Moda Transportasi Lain di Kota Jayapura

a. Faktor Ekonomi (Biaya)

Faktor ekonomi, khususnya yang berkaitan dengan biaya, merupakan salah satu aspek penting yang memengaruhi keputusan individu dalam memilih suatu layanan transportasi. Dalam konteks penggunaan ojek *online*, mahasiswa IAIN Fattahul Muluk Papua sebagai pengguna, cenderung mempertimbangkan tingkat keterjangkauan tarif sesuai dengan kondisi keuangan mereka. Biaya yang relatif murah dan transparan menjadi daya tarik utama, terutama bagi mahasiswa yang tidak memiliki penghasilan tetap. Selain itu, perbandingan tarif dengan moda transportasi lain juga menjadi pertimbangan dalam menentukan pilihan. Dengan demikian, faktor ekonomi (biaya) menjadi indikator penting dalam melihat sejauh mana layanan ojek *online* mampu memenuhi kebutuhan mobilitas mahasiswa secara efisien dan terjangkau. Hal ini sejalan dengan pendapat Rizkiyah sebagai mahasiswa IAIN Prodi Pendidikan Agama Islam (PAI) yang menyatakan hal berikut:

“Menurutnya, tarif ojek online Maxim lebih terjangkau dibandingkan ojek pangkalan maupun beberapa layanan transportasi online lainnya. Bagi mahasiswa, biaya yang disesuaikan dengan jarak perjalanan membuat layanan ini lebih hemat dan membantu mengurangi pengeluaran sehari-hari, terutama untuk perjalanan jarak dekat seperti dari kos ke kampus. Namun, jumlah driver yang masih terbatas sering menjadi kendala, sehingga pengguna terkadang kesulitan mendapatkan driver, khususnya pada malam hari” (Rizkiyah, 2026).

Pertimbangan ekonomi menjadi faktor utama yang memengaruhi mahasiswa dalam memilih layanan ojek *online* Maxim. Tarif yang lebih terjangkau dibandingkan ojek pangkalan maupun layanan transportasi *online* lainnya, serta sistem penetapan tarif berdasarkan jarak tempuh, memberikan keuntungan finansial bagi mahasiswa sehingga mampu mengurangi biaya transportasi sehari-hari, khususnya untuk mobilitas rutin dari tempat tinggal ke kampus. Hal ini mengindikasikan bahwa efisiensi biaya merupakan aspek penting dalam pengambilan keputusan penggunaan layanan transportasi. Namun demikian, manfaat

tersebut belum sepenuhnya diimbangi dengan ketersediaan layanan yang optimal. Keterbatasan jumlah pengemudi, terutama pada malam hari, menyebabkan kesulitan dalam memperoleh layanan secara cepat, sehingga dapat mengurangi efektivitas dan kenyamanan pengguna. Dengan demikian, meskipun Maxim dinilai unggul dari segi keterjangkauan biaya, peningkatan jumlah mitra pengemudi menjadi aspek yang perlu diperhatikan agar kualitas dan keandalan layanan dapat memenuhi kebutuhan mobilitas mahasiswa secara lebih optimal.

Philip Kotler (dalam Sulistyowati, 2014), mengemukakan bahwa perilaku konsumen dapat diartikan sebagai serangkaian tindakan yang dilakukan oleh individu, kelompok, maupun organisasi yang berkaitan dengan proses pengambilan keputusan dalam memperoleh dan menggunakan barang atau jasa yang bernilai ekonomis. Proses tersebut tidak berlangsung secara terpisah, melainkan dipengaruhi oleh berbagai faktor lingkungan yang turut membentuk pilihan dan keputusan konsumen dalam memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Perilaku konsumen merupakan serangkaian aktivitas yang secara langsung berkaitan dengan memperoleh, menggunakan, hingga menghabiskan produk maupun jasa, termasuk proses pengambilan keputusan yang terjadi sebelum dan setelah tindakan tersebut.

James S. Coleman (dalam Neptunus & Erianjoni, 2025), menjelaskan bahwa individu cenderung memilih alternatif yang memberikan manfaat terbesar dengan biaya yang paling efisien. Dalam konteks penelitian ini, mahasiswa memilih menggunakan ojek *online* Maxim karena tarifnya dianggap lebih terjangkau dan sesuai dengan kemampuan ekonomi mereka. Oleh karena itu, penggunaan Maxim dapat dipahami sebagai pilihan rasional untuk memenuhi kebutuhan mobilitas sehari-hari.

Harga atau biaya memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat penggunaan transportasi *online*. Semakin terjangkau tarif yang ditawarkan, maka semakin tinggi pula minat masyarakat dalam menggunakan layanan transportasi *online*. Dengan demikian, aspek biaya menjadi salah satu faktor utama yang dipertimbangkan dalam proses pengambilan keputusan konsumen, karena pengguna cenderung menilai dan membandingkan besarnya biaya yang dikeluarkan dengan manfaat yang diperoleh dari layanan tersebut (Jamilah et al., 2024).

Harga menjadi salah satu faktor utama yang memengaruhi keputusan konsumen dalam memilih layanan transportasi *online*. Semakin terjangkau dan sesuai harga yang ditawarkan, maka semakin tinggi peluang konsumen untuk memutuskan menggunakan layanan tersebut. Dengan demikian, dapat dipahami bahwa faktor harga tidak hanya memengaruhi minat, tetapi juga berperan langsung dalam menentukan keputusan akhir konsumen dalam memilih layanan transportasi *online*, termasuk pada penggunaan ojek *online* oleh mahasiswa (Kharismasuni et al., 2020).

Faktor ekonomi atau biaya menjadi salah satu pertimbangan utama mahasiswa dalam memilih layanan ojek *online* Maxim di Kota Jayapura, di mana biaya transportasi di wilayah Kota Jayapura sangat tinggi dibandingkan dengan kota-kota provinsi lainnya di Indonesia, hal ini karena seluruh kebutuhan masyarakat dipasok dari daerah lainnya termasuk pula bahan bakar minyak. Tarif Maxim yang relatif lebih murah dan terjangkau dibandingkan ojek pangkalan maupun layanan transportasi *online* lainnya dinilai mampu membantu mahasiswa menghemat pengeluaran transportasi sehari-hari, terutama bagi mahasiswa yang tidak memiliki penghasilan tetap. Di samping itu, sistem tarif yang disesuaikan dengan jarak

perjalanan menjadikan layanan Maxim lebih ekonomis dan efektif digunakan untuk aktivitas harian, seperti perjalanan dari kos ke kampus.

Namun demikian, meskipun biaya yang ditawarkan lebih terjangkau, layanan Maxim masih memiliki kendala berupa jumlah pengemudi yang terbatas sehingga pengguna terkadang mengalami kesulitan mendapatkan pengemudi, terutama pada malam hari. Temuan ini menunjukkan bahwa mahasiswa sebagai konsumen mempertimbangkan berbagai aspek sebelum memilih layanan transportasi, khususnya terkait biaya, kebutuhan mobilitas, serta kemudahan akses layanan. Hal tersebut sejalan dengan teori perilaku konsumen dari Philip Kotler (dalam Sulistyowati, 2014), menyatakan bahwa keputusan konsumen dalam menggunakan suatu barang atau jasa dipengaruhi oleh proses pengambilan keputusan yang berkaitan dengan kebutuhan, kondisi ekonomi, serta faktor lingkungan yang membentuk pilihan konsumen.

b. Faktor Kemudahan Akses

Faktor kemudahan akses merupakan salah satu aspek penting yang memengaruhi keputusan seseorang dalam memilih layanan transportasi. Kemudahan akses berkaitan dengan seberapa mudah pengguna dapat memperoleh, menggunakan, dan menjangkau suatu layanan tanpa mengalami kesulitan yang berarti. Dalam konteks penggunaan ojek *online* seperti Maxim, kemudahan akses dapat dilihat dari kemudahan penggunaan aplikasi, kecepatan dalam mendapatkan pengemudi, serta ketersediaan layanan di berbagai lokasi. Bagi mahasiswa yang tidak memiliki kendaraan pribadi, kemudahan akses menjadi pertimbangan utama karena dapat membantu mereka menghemat waktu dan tenaga dalam menjalankan aktivitas sehari-hari untuk pulang pergi dari rumah ke kampus IAIN Fattahul Muluk Papua yang wilayah tersebut tidak dilalui oleh angkutan kota. Maka dari itu, faktor kemudahan akses menjadi indikator penting dalam menilai sejauh mana layanan ojek *online* mampu mendukung mobilitas mahasiswa secara praktis dan efisien. Hal ini sejalan dengan pendapat Andini Sekar Laura Tami sebagai mahasiswi IAIN Prodi Tadris Bahasa Inggris (TBI) yang menyatakan sebagai berikut:

“Menurutnya, layanan ojek online Maxim mudah diakses dan digunakan untuk menunjang berbagai aktivitas sehari-hari, seperti pergi ke kampus maupun berbelanja. Aplikasi yang sederhana dan proses pemesanan yang cepat membuat layanan ini praktis serta membantu menghemat waktu pengguna. Namun, pada beberapa lokasi tertentu masih terdapat kendala karena jumlah driver yang terbatas sehingga terkadang sulit mendapatkan pengemudi” (Andini Sekar Laura Tami, 2026).

Kemudahan akses menjadi salah satu faktor utama yang mendorong mahasiswa memanfaatkan layanan ojek *online* Maxim. Kemudahan penggunaan aplikasi, proses pemesanan yang cepat, serta fleksibilitas layanan memberikan pengalaman yang praktis dan efisien sehingga mampu mendukung berbagai aktivitas sehari-hari, seperti perjalanan ke kampus maupun kegiatan berbelanja. Hal ini mengindikasikan bahwa aksesibilitas layanan berbasis digital berperan penting dalam meningkatkan efektivitas mobilitas pengguna. Namun, kemudahan tersebut belum sepenuhnya dirasakan secara merata karena pada beberapa lokasi masih terdapat keterbatasan jumlah pengemudi. Kondisi ini menyebabkan pengguna mengalami kesulitan memperoleh layanan pada waktu dan tempat tertentu, sehingga dapat mengurangi

kecepatan dan keandalan layanan. Oleh karena itu, meskipun Maxim dinilai memiliki tingkat aksesibilitas yang baik, pemerataan ketersediaan pengemudi menjadi aspek yang perlu ditingkatkan agar kebutuhan mobilitas pengguna dapat terpenuhi secara lebih optimal.

Aksesibilitas dijelaskan sebagai kesempatan yang dimiliki seseorang pada suatu lokasi untuk berpartisipasi dalam aktivitas tertentu atau mencapai berbagai tujuan. Aksesibilitas tidak hanya berkaitan dengan jarak, tetapi juga mencerminkan kemudahan seseorang dalam mencapai suatu tempat yang dipengaruhi oleh waktu tempuh, biaya, serta kondisi jaringan transportasi. Tidak hanya itu, aksesibilitas juga berkaitan dengan distribusi aktivitas dalam ruang, seperti lokasi pekerjaan, fasilitas pendidikan, dan layanan publik yang dapat dijangkau oleh individu (Cascetta et al., 2016).

Menurut Walter G. Hansen (dalam Cascetta et al., 2016), aksesibilitas dapat diartikan sebagai potensi terjadinya interaksi dan pertukaran antara suatu wilayah dengan wilayah lainnya. Konsep ini menunjukkan bahwa semakin mudah suatu lokasi dijangkau, maka semakin besar pula peluang terjadinya aktivitas sosial, ekonomi, maupun mobilitas masyarakat. Aksesibilitas dapat dilihat dalam konteks potensial, yaitu peluang suatu tempat untuk dapat dijangkau, maupun dalam konteks aktivitas, yaitu peluang yang benar-benar telah dimanfaatkan melalui berbagai kegiatan dan pergerakan yang terjadi.

Dalam penggunaan teknologi berbasis aplikasi seperti layanan transportasi *online*, konsep aksesibilitas tersebut dapat dijelaskan lebih lanjut melalui pendekatan *Technology Acceptance Model (TAM)* yang dikembangkan oleh Fred D. Davis (dalam Ferdira et al., 2018), bahwa model ini menegaskan penerimaan serta penggunaan suatu teknologi dipengaruhi oleh persepsi pengguna terhadap kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan manfaat yang dirasakan (*perceived usefulness*). Dengan demikian, apabila suatu layanan dinilai mudah diakses dan digunakan, maka kecenderungan individu untuk menerima serta menggunakannya secara berkelanjutan juga akan semakin meningkat, termasuk dalam mendukung mobilitas mahasiswa melalui layanan transportasi *online*.

Sejalan dengan uraian tersebut, penerapan *Technology Acceptance Model (TAM)* juga didukung oleh berbagai hasil penelitian yang menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan serta kemanfaatan secara konsisten berpengaruh terhadap penerimaan teknologi oleh pengguna. Salah satunya adalah penelitian Tatipatta, (2019) dalam *Jurnal Perilaku dan Strategi Bisnis* yang menyatakan bahwa penerimaan terhadap teknologi informasi sangat bergantung pada tingkat kemudahan sistem untuk digunakan serta manfaat yang dirasakan oleh penggunanya. Semakin mudah dipahami dan sederhana suatu sistem, serta semakin besar manfaatnya dalam menunjang aktivitas pengguna, maka semakin tinggi pula kecenderungan pengguna untuk menerima dan menggunakan sistem tersebut secara berkelanjutan. Dengan demikian, hasil penelitian ini memperkuat bahwa kemudahan akses dan manfaat tidak hanya merupakan aspek teknis, tetapi juga menjadi faktor penting yang memengaruhi keputusan individu dalam menggunakan suatu teknologi, termasuk layanan transportasi berbasis aplikasi.

Faktor kemudahan akses menjadi salah satu alasan utama mahasiswa memilih layanan ojek *online* Maxim sebagai sarana transportasi sehari-hari di Kota Jayapura. Kemudahan penggunaan aplikasi, proses pemesanan yang cepat, serta fleksibilitas layanan dalam menunjang berbagai aktivitas dinilai mampu membantu mahasiswa

menghemat waktu dan tenaga, khususnya bagi mereka yang tidak memiliki kendaraan pribadi. Layanan Maxim juga dianggap praktis dan mudah dipahami sehingga cocok digunakan untuk mendukung mobilitas harian, seperti pergi ke kampus, berbelanja, maupun kegiatan lainnya.

Meski demikian, masih terdapat beberapa kendala dalam aspek aksesibilitas, yaitu keterbatasan jumlah pengemudi pada lokasi tertentu yang menyebabkan pengguna terkadang kesulitan mendapatkan kendaraan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kemudahan akses tidak hanya dipengaruhi oleh kemudahan penggunaan aplikasi, tetapi juga oleh ketersediaan layanan dan jaringan transportasi yang mendukung. Aksesibilitas berkaitan dengan kemudahan seseorang dalam menjangkau suatu layanan atau lokasi untuk melakukan aktivitas tertentu. Semakin mudah suatu layanan diakses, maka semakin besar pula peluang masyarakat dalam memenuhi kebutuhan mobilitas dan menjalankan aktivitas sehari-hari secara efektif dan efisien.

2. Kelebihan dan Kekurangan dalam Menggunakan Layanan Ojek *Online* Maxim di Kota Jayapura

a. Kelebihan

Kelebihan layanan merupakan salah satu faktor yang memengaruhi tingkat ketertarikan dan kepuasan pengguna terhadap suatu jasa transportasi. Kelebihan layanan dapat dilihat dari kemampuan suatu layanan dalam memberikan kemudahan, kenyamanan, efisiensi, serta manfaat yang sesuai dengan kebutuhan pengguna tanpa melihat jalur yang akan dilalui, mengingat kampus IAIN Fattahul Muluk Papua yang berada di perbukitan dengan jalan yang menanjak dan berliku. Dalam penggunaan ojek *online* seperti Maxim, kelebihan layanan dapat dirasakan melalui kemudahan pemesanan, tarif yang relatif terjangkau, kecepatan pelayanan, serta fleksibilitas dalam mendukung mobilitas sehari-hari. Bagi mahasiswa yang tidak memiliki kendaraan pribadi, keberadaan layanan yang praktis dan mudah diakses menjadi nilai tambah yang membantu mereka menjalankan aktivitas akademik maupun kegiatan lainnya dengan lebih efektif. Oleh karena itu, kelebihan layanan menjadi indikator penting dalam menilai peran ojek *online* dalam mendukung mobilitas mahasiswa di Kota Jayapura. Hal ini sejalan dengan pandangan Rahma Nur Khalifah, sebagai mahasiswa IAIN prodi PGMI dan juga pengguna layanan Maxim yang menyatakan hal berikut:

“Menurutnya, salah satu keunggulan layanan Maxim adalah tarifnya yang lebih terjangkau dibandingkan beberapa layanan transportasi lain maupun ojek pangkalan, sehingga membantu mahasiswa menghemat biaya transportasi. Selain itu, tersedia pilihan pembayaran melalui dompet digital yang memudahkan transaksi. Pelayanan yang cepat, baik dalam merespons pemesanan maupun keluhan, serta sikap driver yang ramah dan sopan juga memberikan kenyamanan dan rasa aman bagi pengguna” (Rahma Nur Khalifah, 2026).

Kualitas layanan ojek *online* Maxim dinilai baik karena mampu memberikan manfaat ekonomi sekaligus kenyamanan bagi penggunanya. Tarif yang lebih terjangkau dibandingkan layanan transportasi lain maupun ojek pangkalan menjadi nilai tambah yang membantu mahasiswa menghemat pengeluaran transportasi.

Kemudahan pembayaran melalui dompet digital juga mencerminkan pemanfaatan teknologi yang meningkatkan efisiensi dan kemudahan transaksi. Di samping itu, kecepatan dalam merespons pemesanan maupun keluhan, serta sikap pengemudi yang ramah dan sopan, memberikan pengalaman layanan yang positif, sehingga menumbuhkan rasa nyaman, aman, dan kepercayaan pengguna terhadap layanan Maxim. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan digital tidak hanya ditentukan oleh aspek harga, tetapi juga oleh kemudahan sistem, responsivitas layanan, dan interaksi yang baik antara pengemudi dengan pengguna, yang secara keseluruhan berkontribusi terhadap tingkat kepuasan pengguna.

Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi digital, konsep kualitas pelayanan tidak lagi terbatas pada layanan konvensional, melainkan telah meluas ke layanan berbasis digital. Kualitas pelayanan dipahami sebagai bagaimana pelanggan membentuk persepsi dan melakukan evaluasi terhadap layanan yang mereka gunakan, termasuk layanan berbasis teknologi. Penilaian ini tidak hanya berfokus pada hasil akhir, tetapi juga mencakup seluruh pengalaman pengguna selama berinteraksi dengan sistem atau aplikasi (Zeithaml & Malhotra, 2002). Dengan demikian, kualitas pelayanan di era digital tidak hanya dilihat dari aspek fisik, tetapi juga dari kemudahan penggunaan, kecepatan akses, keandalan sistem, serta kenyamanan interaksi, sehingga pengalaman pengguna menjadi faktor utama dalam menentukan baik atau tidaknya suatu layanan.

Kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan harus mampu memenuhi bahkan melebihi harapan pelanggan agar pelanggan merasa puas dan tidak mengalami kekecewaan terhadap layanan yang diterima. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan terhadap suatu produk atau jasa. Pengukuran kualitas pelayanan secara umum dapat dilakukan menggunakan metode *SERVQUAL* (*service quality*) yang dijelaskan oleh Parasuraman et al., dalam Sinollah & Masruro (2019), bahwa metode yang digunakan untuk menilai kualitas pelayanan berdasarkan perbandingan antara harapan pelanggan dengan pelayanan yang benar-benar dirasakan oleh pelanggan.

Kepuasan pelanggan tidak hanya dipengaruhi oleh kesesuaian antara harapan dan pengalaman yang diperoleh, tetapi juga oleh nilai yang dirasakan dari layanan yang digunakan. *Customer value* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan serta loyalitas pengguna layanan transportasi *online*. Nilai pelanggan terbentuk dari evaluasi antara manfaat yang diterima, seperti kemudahan, kecepatan, dan kenyamanan layanan, dengan pengorbanan yang dikeluarkan, terutama biaya yang dibayarkan. Semakin tinggi manfaat dibandingkan biaya yang dikeluarkan, maka semakin besar pula nilai yang dirasakan oleh pelanggan. Dengan demikian, kualitas pelayanan dan *customer value* saling berhubungan dalam membentuk kepuasan pengguna, karena layanan yang baik tidak hanya memenuhi harapan, tetapi juga memberikan nilai tambah bagi pelanggan (Gelu et al., 2022).

Perceived value berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen transportasi *online*. Persepsi nilai tersebut terbentuk dari penilaian pengguna terhadap manfaat yang diperoleh, seperti tarif yang terjangkau serta kemudahan dalam proses pemesanan layanan. Semakin tinggi nilai manfaat yang dirasakan dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan, maka semakin besar pula kecenderungan pengguna untuk tetap menggunakan layanan tersebut secara berkelanjutan. Dengan demikian, dapat dipahami bahwa nilai pelanggan tidak hanya berpengaruh pada kepuasan,

tetapi juga menjadi faktor penting dalam membentuk loyalitas pengguna layanan transportasi *online* (Resika, 2020).

Gambar 1: Mahasiswa IAIN Menuju Kampus dengan Menggunakan Ojek *Online*



Layanan ojek *online* Maxim memiliki berbagai kelebihan yang mampu mendukung mobilitas mahasiswa di Kota Jayapura, khususnya bagi mahasiswa yang tidak memiliki kendaraan pribadi. Kelebihan tersebut terlihat dari tarif yang relatif terjangkau, kemudahan pembayaran melalui dompet digital, pelayanan yang cepat, serta sikap pengemudi yang ramah dan sopan. Berbagai kelebihan tersebut memberikan kemudahan, kenyamanan, dan efisiensi bagi mahasiswa dalam menjalankan aktivitas akademik maupun kegiatan sehari-hari.

Kualitas pelayanan pada era digital tidak hanya dinilai dari hasil akhir layanan, tetapi juga dari pengalaman pengguna selama berinteraksi dengan sistem atau aplikasi. Kemudahan penggunaan, kecepatan respons, keandalan layanan, dan kenyamanan interaksi menjadi faktor penting dalam membentuk persepsi dan kepuasan pengguna. Di samping itu, kualitas pelayanan yang baik akan mampu memenuhi bahkan melebihi harapan pelanggan sehingga meningkatkan tingkat kepuasan pengguna terhadap layanan yang diterima. Dengan demikian, keberadaan layanan Maxim dinilai cukup membantu mahasiswa dalam memenuhi kebutuhan mobilitas secara praktis, efisien, dan ekonomis.

b. Kekurangan

Kekurangan layanan merupakan aspek yang menunjukkan adanya keterbatasan atau kendala dalam suatu jasa yang dapat memengaruhi kenyamanan dan kepuasan pengguna. Dalam penggunaan layanan ojek *online* seperti Maxim, kekurangan layanan dapat berupa keterbatasan ketersediaan pengemudi, kendala teknis pada aplikasi, ketidakpastian tarif, maupun masalah keamanan dan kenyamanan selama perjalanan. Bagi mahasiswa yang bergantung pada layanan transportasi *online* untuk menunjang mobilitas sehari-hari, berbagai kendala tersebut dapat menjadi hambatan dalam menjalankan aktivitas akademik maupun kegiatan lainnya. Maka dari itu, indikator kekurangan layanan penting untuk dikaji guna mengetahui berbagai permasalahan yang dihadapi pengguna serta menjadi bahan evaluasi dalam meningkatkan kualitas layanan transportasi *online*. Ini sejalan dengan pandangan

Tiara Nurul Aini, sebagai mahasiswa IAIN prodi PGMI dan juga sebagai pengguna layanan Maxim yang menyatakan hal berikut:

“Menurut informan, beberapa kekurangan layanan Maxim adalah sulitnya mendapatkan driver pada waktu atau lokasi tertentu, sehingga pengguna harus menunggu lebih lama. Selain itu, proses penjemputan terkadang memakan waktu cukup lama karena keterbatasan jumlah driver atau jarak pengemudi yang jauh. Kendala lain yang sering terjadi adalah driver mengalami kesulitan menemukan lokasi penjemputan maupun tujuan perjalanan, sehingga perjalanan menjadi kurang efektif dan dapat menimbulkan ketidaknyamanan bagi pengguna” (Aini, 2026)

Meskipun layanan ojek *online* Maxim memberikan berbagai kemudahan, masih terdapat beberapa kendala operasional yang memengaruhi kualitas pelayanan. Keterbatasan jumlah pengemudi pada waktu dan lokasi tertentu menyebabkan pengguna kesulitan memperoleh layanan secara cepat, sehingga waktu tunggu menjadi lebih lama. Selain itu, lamanya proses penjemputan akibat jarak pengemudi yang relatif jauh menunjukkan bahwa ketersediaan layanan belum sepenuhnya mampu memenuhi kebutuhan mobilitas pengguna secara optimal. Kendala lain berupa kesulitan pengemudi dalam menemukan lokasi penjemputan maupun tujuan perjalanan mengindikasikan masih adanya hambatan dalam aspek navigasi dan akurasi informasi lokasi. Kondisi tersebut dapat mengurangi efektivitas perjalanan, menimbulkan ketidaknyamanan, serta memengaruhi tingkat kepuasan pengguna. Dengan demikian, peningkatan jumlah mitra pengemudi, optimalisasi sistem navigasi, dan pemerataan ketersediaan layanan menjadi aspek penting yang perlu diperhatikan untuk meningkatkan kualitas layanan Maxim secara keseluruhan.

Richard L. Oliver (1980) menyatakan bahwa konsumen memiliki kecenderungan untuk menyesuaikan atau mengarahkan penilaian kepuasan mereka agar tetap mendekati harapan awal yang telah terbentuk sebelum menggunakan suatu produk atau layanan. Dengan demikian, meskipun pengalaman yang dirasakan tidak sepenuhnya sesuai, konsumen cenderung “mengoreksi” persepsinya agar tidak terlalu jauh berbeda dari ekspektasi awal, sehingga penilaian yang diberikan tetap berada dalam kerangka harapan tersebut.

Konsumen cenderung menilai tingkat kepuasan mereka dengan cara yang menyimpang atau menjauh dari harapan awal yang telah dimiliki. Dalam hal ini, perbedaan antara harapan dan pengalaman yang dirasakan tidak dikecilkan, melainkan justru diperbesar dalam penilaian konsumen. Akibatnya, jika kinerja layanan melebihi harapan, maka tingkat kepuasan dapat dirasakan jauh lebih tinggi. Sebaliknya, apabila kinerja layanan berada di bawah harapan, maka ketidakpuasan yang dirasakan juga akan semakin kuat karena konsumen menekankan perbedaan tersebut dalam evaluasinya (Retnaningsih, 2020).

Rendahnya kualitas layanan, seperti keterlambatan penjemputan, keterbatasan jumlah pengemudi, dan ketidaksesuaian layanan yang diberikan, dapat menyebabkan ketidakpuasan pengguna transportasi *online*. Hal ini terjadi karena pengguna cenderung membandingkan pengalaman layanan yang mereka terima dengan harapan yang telah terbentuk sebelumnya. Apabila kinerja layanan tidak memenuhi harapan tersebut, maka pengguna akan lebih menyoroti kekurangan yang ada sehingga tingkat ketidakpuasan menjadi lebih tinggi. Temuan ini menunjukkan bahwa perbedaan antara harapan dan pengalaman layanan memiliki pengaruh

terhadap tingkat kepuasan pengguna, termasuk pada mahasiswa pengguna ojek *online* Maxim di Kota Jayapura (Lestariningsih, 2021).

Gambar 2: Ojek *Online* Memasuki Area Kampus IAIN Fattahul Muluk Papua



Hasil penelitian menunjukkan adanya *service gap* atau kesenjangan antara harapan pengguna dengan kualitas layanan yang mereka peroleh. Kesenjangan tersebut dapat terlihat dari keterlambatan pelayanan maupun layanan yang belum mampu memenuhi ekspektasi pengguna. Semakin besar selisih antara harapan dan kinerja layanan yang dirasakan, maka semakin tinggi pula potensi munculnya ketidakpuasan. Dalam penelitian ini, permasalahan seperti terbatasnya jumlah driver, lamanya proses penjemputan, serta kesulitan pengemudi dalam menemukan titik penjemputan maupun lokasi tujuan pada layanan Maxim di Kota Jayapura dapat dikategorikan sebagai bentuk kesenjangan layanan yang berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa sebagai pengguna (Rapilau et al., 2025).

Layanan ojek *online* Maxim masih memiliki beberapa kekurangan yang memengaruhi kenyamanan dan kepuasan pengguna, khususnya mahasiswa di Kota Jayapura. Kekurangan tersebut meliputi kesulitan mendapatkan pengemudi, lamanya proses penjemputan, serta pengemudi yang terkadang mengalami kesalahan lokasi atau tersesat saat perjalanan. Berbagai kendala tersebut menjadi hambatan bagi mahasiswa yang bergantung pada layanan transportasi *online* untuk menunjang aktivitas akademik dan mobilitas sehari-hari.

Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen dipengaruhi oleh kesesuaian antara harapan awal dengan pengalaman nyata yang dirasakan. Pengguna cenderung menyesuaikan penilaiannya agar tetap mendekati harapan awal, meskipun layanan yang diterima belum sepenuhnya sesuai. Akan tetapi, pada teori kontras, perbedaan antara harapan dan kenyataan justru diperbesar sehingga ketika layanan tidak berjalan sesuai harapan, maka ketidakpuasan pengguna akan semakin meningkat. Dengan demikian, kualitas layanan Maxim masih perlu ditingkatkan agar mampu memenuhi harapan pengguna serta memberikan pengalaman transportasi yang lebih efektif, nyaman, dan efisien bagi mahasiswa di Kota Jayapura.

KESIMPULAN

Layanan ojek *online* Maxim berperan penting dalam mendukung mobilitas mahasiswa IAIN Fattahul Muluk Papua di Kota Jayapura, terutama bagi mahasiswa yang tidak memiliki kendaraan pribadi. Layanan ini menjadi alternatif transportasi yang

praktis, efisien, dan mudah diakses untuk menunjang aktivitas akademik maupun kegiatan sehari-hari. Faktor biaya yang relatif murah dan sistem tarif berdasarkan jarak menjadi alasan utama mahasiswa memilih Maxim karena dinilai lebih ekonomis dan sesuai dengan kondisi keuangan mereka. Selain itu, kemudahan penggunaan aplikasi, proses pemesanan yang cepat, serta fleksibilitas layanan turut meningkatkan efektivitas mobilitas mahasiswa. Dari sisi kualitas layanan, Maxim memberikan kenyamanan melalui tarif yang terjangkau, kemudahan pembayaran digital, pelayanan yang cepat, serta sikap pengemudi yang ramah. Namun, layanan ini masih menghadapi beberapa kendala, seperti keterbatasan jumlah pengemudi, waktu penjemputan yang terkadang lama, dan kesulitan pengemudi dalam menemukan lokasi penjemputan maupun tujuan. Kondisi tersebut memengaruhi tingkat kepuasan pengguna, yang pada dasarnya ditentukan oleh kesesuaian antara harapan awal mahasiswa dengan pengalaman nyata yang mereka peroleh selama menggunakan layanan Maxim.

Keberadaan ojek *online* Maxim memiliki implikasi praktis bagi berbagai pemangku kepentingan dalam mendukung mobilitas mahasiswa di Kota Jayapura. Bagi penyedia layanan Maxim, diperlukan peningkatan kualitas layanan melalui penambahan jumlah pengemudi, optimalisasi sistem navigasi, dan peningkatan pelayanan guna mengurangi waktu tunggu serta meningkatkan kepuasan pengguna. Bagi IAIN Fattahul Muluk Papua, temuan ini dapat menjadi dasar untuk menjalin kerja sama dengan penyedia transportasi *online* dan menyediakan titik penjemputan yang lebih terorganisir di lingkungan kampus. Sementara itu, pemerintah daerah dapat memanfaatkan hasil penelitian ini sebagai bahan pertimbangan dalam merumuskan kebijakan transportasi yang lebih adaptif terhadap perkembangan layanan berbasis aplikasi, khususnya di wilayah yang belum terlayani angkutan umum. Bagi mahasiswa, layanan Maxim dapat menjadi alternatif transportasi yang praktis, ekonomis, dan efisien untuk menunjang aktivitas akademik, dengan tetap mempertimbangkan ketersediaan pengemudi dan waktu pemesanan agar mobilitas dapat berjalan secara optimal.

Penelitian ini memberikan kontribusi praktis dan empiris dalam kajian transportasi berbasis aplikasi, khususnya mengenai peran ojek *online* Maxim dalam mendukung mobilitas mahasiswa di daerah yang belum memiliki trayek angkutan umum yang memadai. Hasil penelitian ini memperkaya kajian tentang faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan transportasi *online*, sekaligus menjadi masukan bagi penyedia layanan Maxim, IAIN Fattahul Muluk Papua, dan pemerintah daerah dalam meningkatkan kualitas layanan serta pengembangan kebijakan transportasi yang lebih efektif. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang mengkaji transportasi *online* dan mobilitas mahasiswa.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami berterima kasih kepada para informan yakni teman-teman mahasiswa di IAIN Fattahul Muluk Papua, yang telah memberikan informasi yang dibutuhkan penulis untuk menyelesaikan tulisan ini. Selain itu, kami juga berterima kasih kepada Ketua. Program Studi PGMI dan Dekan Fakultas Tarbiyah IAIN Fattahul Muluk Papua yang telah memberikan izin kepada kami untuk melakukan penelitian ini.

PERNYATAAN KONTRIBUSI PENULIS

Penulis jurnal ini dilakukan oleh MS sebagai penulis pertama, HM sebagai penulis kedua untuk menyelesaikan penelitian ini. MY sebagai pembimbing sekaligus pengampu mata kuliah metode penelitian kualitatif, sekaligus mengoreksi artikel ini dan

men-submit tulisan ke dalam jurnal. Z melakukan koreksi pada artikel ini. Kerja tim bersama TH, A, dan SK guna menyelesaikan langkah-langkah awal penulisan Penelitian, mengekstraksi data lapangan, mentranskrip wawancara, mengklasifikasikan dan menganalisis data.

REFERENCES

- Abas, A. S., Mabui, D. S. S., & Wibowo, R. A. (2024). Analisis kinerja transportasi online. *Prosiding Seminar Nasional Inovasi Pengembangan Infrastruktur di Daerah Otonomi Baru untuk Mencapai Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDG's)*, 3(1), 105–115. <https://snts.ftuniyap.ac.id/index.php/prosiding/article/view/13>
- Astawa, K. A., & Setiawan, L. (2025). Analisis tarif promosi dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan ojek online pada aplikasi Maxim di Kota Makassar. *Journal of Economy Business Development*, 3(3), 390–399. <https://doi.org/10.56326/jebd.v3i3.2999>
- Cascetta, E., Carteni, A., & Montanino, M. (2016). A behavioral model of accessibility based on the number of available opportunities. *Journal of Transport Geography*, 51, 45–58. <https://doi.org/10.1016/j.jtrangeo.2015.11.002>
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Humanika: Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*, 21(1), 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075>
- Febriani, S. H., Afriliani, A., Gaos, A. M. S., & Wardiyah, M. L. (2025). Analisis tingkat persepsi mahasiswa UIN terhadap penggunaan transportasi online (Gojek, Grab, Indrive, dan Maxim) sebagai sarana mobilitas menuju kampus. *JEAP: Jurnal Ekonomi, Akuntansi, dan Perpajakan*, 2(3), 93–102. <https://ejournal.areas.or.id/index.php/JEAP/article/view/1174>
- Ferdira, B. G., Partama, A., Gulo, N., Irvan, Y., Nugroho, D., Fernandes, J., & Gerald, B. (2018). Menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM). *SITECH: Jurnal Sistem Informasi dan Teknologi*, 1(2), 107–116. <https://doi.org/10.24176/sitech.v1i2>
- Gelu, S. I., Foeh, J. E. H. J., & Niha, S. S. (2022). Pengaruh kualitas layanan, pemanfaatan teknologi informasi, dan *customer value* terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan jasa transportasi online: Literature review manajemen sumber daya manusia. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 4(1), 30–43. <https://dinastirev.org/JIMT/article/view/1157>
- Golder, P. N., Mitra, D., & Moorman, C. (2012). What is quality? An integrative framework of processes and states. *Journal of Marketing*, 76(4), 1–23. <https://doi.org/10.1509/jm.09.0416>
- Jamilah, S., Setiawan, A., & Marsudi, A. (2024). Analisis pengaruh harga, promosi, dan metode pembayaran terhadap minat masyarakat menggunakan transportasi online. *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Publik*, 15(1), 91–108. <https://doi.org/10.22212/jekp.v15i1.3884>
- Kharismasuni, D., Wibowo, E., & Utami, S. S. (2020). Pengaruh harga, pelayanan, dan promosi terhadap keputusan pengguna jasa transportasi online Gojek. *JEKU: Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 20(3), 270–278. <https://doi.org/10.33061/jeku.v20i3.4450>

- Lestariningsih, T. (2021). Analysis of service quality and trust on customer satisfaction of ojek online in Banyuwangi. *Journal of Theoretical and Applied Management*, 14(3), 298–323. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v14i3.30033>
- Neptunus, V. P., & Erianjoni. (2025). Eksistensi mahasiswa Program Studi Pendidikan Sosiologi UNP memilih ojek pangkalan. *Jurnal Perspektif*, 8(3), 230–240. <https://doi.org/10.24036/perspektif.v8i3.981>
- Nurfajriani, W. V., Ilham, M. W., Mahendra, A., Afgani, M. W., & Sirodj, R. A. (2024). Triangulasi data dalam analisis data kualitatif. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(17), 826–833. <https://doi.org/10.5281/zenodo.13929272>
- Oliver, R. L. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of Marketing Research*, 17(4), 460–469. <https://doi.org/10.1177/002224378001700405>
- Qomaruddin, & Sa'diyah, H. (2024). Kajian teoritis tentang teknik analisis data dalam penelitian kualitatif: Perspektif Spradley, Miles dan Huberman. *Journal of Management, Accounting, and Administration*, 1(2), 77–84. <https://doi.org/10.52620/jomaa.v1i2.93>
- Ramadhani, D. A., Meidiah, A. N. S., Ramadani, N. O., Yusuf, M., Zulihi, Z., Taslim, M., & Efendy, D. (2025). Keterbatasan transportasi dan kendala anak sekolah dalam mengakses pendidikan di Kampung Pisang Kota Jayapura. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Indonesia*, 5(2), 681–692. <https://doi.org/10.53299/jppi.v5i2.1353>
- Rapilau, Yusran, H. L., Bilkis, A., Hamid, & Dianti, N. (2025). Analisis kualitas layanan dan peran inovasi layanan transportasi Gojek menggunakan metode SERVQUAL. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 6(2), 279–287. <https://journal.fkpt.org/index.php/jtear/article/view/2416>
- Resika, Y. (2020). Dampak persepsi nilai terhadap kesetiaan konsumen transportasi online. *Majalah Ilmiah Manajemen*, 9(2), 10–14. <https://ejournal.stie-aprin.ac.id/index.php/manajemen/article/view/32>
- Schiebler, T., Lee, N., Brodbeck, F. C., & Lee, N. (2025). Expectancy-disconfirmation and consumer satisfaction: A meta-analysis. *Journal of the Academy of Marketing Science*. <https://doi.org/10.1007/s11747-024-01078-x>
- Sinollah, S., & Masrurroh, M. (2019). Measurement of service quality (SERVQUAL-Parasuraman) in forming customer satisfaction so as to create customer loyalty: Case study at the Mayang Collection Store, Kepanjen Branch. *Dialektika: Jurnal Ekonomi dan Ilmu Sosial*, 4(1), 45–64. <https://doi.org/10.36636/dialektika.v4i1.285>
- Sivakumar, K., Mei, L., & Beibei, D. (2014). Service quality: The impact of frequency, timing, proximity, and sequence of failures and delights. *Journal of Marketing*, 78(1), 41–58. <https://doi.org/10.1509/jm.12.0527>
- Sulistiyowati, E. (2014). Motivasi dan perilaku konsumen dalam keputusan pembelian produk kerajinan kulit di Yogyakarta. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*, 3(2), 85–101. <https://doi.org/10.30588/jmp.v3i2.156>
- Tambuan, W. J. F. A., Kawet, R. C., Manajemen, J., & Bisnis, F. (2023). Analisis perbandingan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan jasa ojek online Maxim dan Indrive (studi pada mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unsrat). *Jurnal EMBA*, 11(4), 1150–1158. <https://doi.org/10.35794/emba.v11i4.52382>

- Tatipatta, R. V. F. (2019). Penerimaan teknologi informasi *employee system* dengan menggunakan *Technology Acceptance Model*. *Jurnal Perilaku dan Strategi Bisnis*, 7(1), 41–50. <https://doi.org/10.26486/jpsb.v7i1.673>
- Retnaningsih, W. (2020). Pengaruh ketidakpuasan konsumen, karakteristik kategori produk, dan kebutuhan mencari variasi terhadap keputusan perpindahan merek. *DIE: Jurnal Ilmu Ekonomi dan Manajemen*, 6(2), 117–138. <https://doi.org/10.30996/die.v6i2.131>
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Malhotra, A. (2002). Service quality delivery through websites: A critical review of extant knowledge. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 30(4), 362–375. <https://doi.org/10.1177/009207002236911>
-

Copyright Holder :

© Maher Saefuloh, Hayati Mardhotillah, Muhamad Yusuf, Zulihi, Topan Hidayat, Amri, Sahibul Kahfi, (2026).

First Publication Right :

© Tapis : Jurnal Penelitian Ilmiah

This article is under:

CC BY SA