

**ANALISIS PERSEPSI MAHASISWA IAIN AMBON TENTANG JASA PELAYANAN
OJEK *ONLINE* MAXIM PERSPEKTIF BISNIS ISLAM**

(Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam)

SKRIPSI

**Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (S.E) Pada Program Studi Manajemen Bisnis Syariah**



OLEH:

SULFIANA TEHUAYO

NIM: 200107013

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) AMBON
2024**

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul "**Analisis Persepsi Mahasiswa IAIN Ambon Tentang Jasa Pelayanan Ojek Online Maxim Perspektif Bisnis Islam (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam)**" yang disusun oleh saudari **Sulfiana Tehuayo**, NIM. 200107013, Mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Ambon, telah diuji dan dipertahankan dalam Sidang Munaqasyah yang diselenggarakan pada tanggal 28 Juni 2024 dan dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (SE)** Pada Program Studi Manajemen Bisnis Syariah.

Demikian persetujuan ini diberikan untuk proses selanjutnya.

Ambon, 28 Juni 2024

DEWAN MUNAQASYAH

Ketua Sidang	: Dr. Maimuna Toatubun, M.Si	(.....)
Sekretaris	: Afdhal Yaman, M.Sc	(.....)
Penguji I	: Arizal Hamizar, M.Si	(.....)
Penguji II	: Muammar W. Maruapey, M.M	(.....)
Pembimbing I	: Darwis Amin, M.Si	(.....)
Pembimbing II	: Andi Ismail Marasabessy, M.M	(.....)

Diketahui Oleh:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Ambon

Dr. Husin Wattimena, M.Si
NIP. 196811271999031001

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sulfiana Tehuayo

Nim : 200107013

Jurusan : Manajemen Bisnis Syariah

Judul Skripsi : **Analisis Persepsi Mahasiswa IAIN Ambon tentang Jasa Pelayanan Ojek Online Maxim Perspektif Bisnis Islam (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis).**

Dengan penuh kesadaran saya menyatakan skripsi ini benar-benar merupakan hasil penelitian atau karya saya sendiri. Jika dikemudian hari terbukti bahwa hasil penelitian atau karya ini merupakan duplikat, tiruan atau milik orang lain secara keseluruhan, maka skripsi yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Ambon 20 juni 2024

Penulis



Sulfiana Tehuayo
200107013

MOTO DAN PERSEMBAHAN

Moto:

“Segala sesuatu yang tak mungkin, akan menjadi nyata ketika kita mempunyai kemauan dan tekad yang kuat untuk mewujudkannya, tak lupa disertai ikhtiar dan doa serta dukungan dari orang-orang tercinta, ibu dan ayah. semoga ridha dan rahmat Allah Swt selalu tercurahkan pada mereka aamiin ya rabbal alamin”

(Sulfiana Tehuayo).

Persembahan

1. Dengan rasa hormat yang amat dalam saya persembahkan Skripsi ini untuk kedua orang tua saya **Ayahanda Jailan Tehuayo** serta **Ibunda Siti Fatinem tercinta**, beribu terimakasih yang saya sampaikan atas Jeri payah, dukungan serta kasih sayang yang tak pernah habis yang saya dapatkan darimu ayah dan ibu, sehingga saya dapat menyelesaikan tugas dan pendidikan saya tepat pada waktunya tanpa uluran tangan dan kasih sayang darimu saya bukanlah siapa-siapa.
2. Teruntuk bapak ibu dosen, terkhusus kedua pembimbing saya yang selama ini sabar dalam membimbing, meluangkan waktu untuk menuntun serta mengarahkan saya dalam mengerjakan karya tulis ilmiah ini.
3. Serta untuk almamater tercinta Kampus IAIN Ambon yang menjadi tempat saya menimba ilmu.

KATA PENGANTAR



Allhamdulillah segala puji bagi Allah serta rasa syukur atas rahmat dan ridhanya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas Skripsi yang berjudul “**Analisis Persepsi Mahasiswa IAIN Ambon tentang Jasa Pelayanan Ojek *Online* Maxim Perspektif Bisnis Islam**” Shalawat serta salam taklupa tercurahkan kepada Baginda Nabi Muhammad SAW yang telah berjuang berkorban untuk membawa dan mengajarkan ajaran-ajaran Agama Islam serta suri tauladan bagi Ummat Islam demi mendapat petunjuk ke jalan yang benar baik dunia maupun akhirat. Tujuan Penyusunan Skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S,E) Pada Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Ambon.

Selanjutnya, izinkanlah saya sebagai penulis mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada :

1. Bapak Prof. Zainal Abidin Rahawarin, M.Si selaku Rektor IAIN Ambon, yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menempuh pendidikan di IAIN Ambon.
2. Bapak Dr. Husin Wattimena, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Ambon.
3. Bapak Dr. Rajab, M.Ag, selaku Wakil Dekan 1 Bidang Akademik dan Kemahasiswaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

4. Bapak Hasan, M.Ag, selaku Wakil Dekan 2 Bidang Administrasi Umum, perencanaan dan Keuangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
5. Ibu Fitria Karnudu, S.E., M.M, selaku ketua prodi Manajemen Bisnis Syariah, sudah menjadi ibu yang baik kepada semua anak-anak didikannya di jurusan
6. Ibu Dety Aryani Relubun, M.Si, selaku sekretaris prodi Manajemen Bisnis Syariah, yang selalu berperan penting dalam mudahnya pengurusan saya
7. Terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak Darwis Amin, S.E., M.Si dan Bapak Andi Ismail Marasabessy, M.M. selaku pembimbing saya yang telah membimbing saya sehingga karya ilmiah ini bisa diselesaikan dengan sebaik-baiknya.
8. Untuk penguji I, dan penguji II, Bapak Arizal Hamizar, M.Si dan Bapak Muammar W Maruapey, M.M yang sudah memberikan saran dan kritik untuk perbaikan dan kesempurnaan karya ilmiah ini
9. Teruntuk Tim Skripsi dan Teman-teman seperjuangan semua yang telah menjadi bagian dalam hidupku. Terima kasih yang sebanyak-banyaknya dan saya tak mampu membalah satu persatu kebaikan kalian semua hanya Allah SWT yang dapat membalasnya dengan kebaikan yang lebih baik.
10. Terkhususnya kepada kedua orang tua saya, kakak saya Syamsudin Tehuayo dan adik-adik Fatlan Tehuayo, Herino Tehuayo dan Tehuayo Ahmad Adzam saya cintai.

11. Serta sahabat-sahabat saya, Ospriyanti Said, Raniyati Rumagutawan, Wa Nur Haja, Nunung soumena, Asmiranti Seluruh pasukan Rumah Tua yang telah menjadi bagian dari saya dalam berproses.
12. Terimah kasih juga saya ucapkan kepada Abang Ramli Rumagutawan yang tidak pernah sungkan dalam berbagi ilmunya.
13. Dan terima kasi kepada keluarga besar Komunitas Literasi Al-qur'an Ambon (KLQM) yang telah menjadi wadah untuk selalu belajar dalam berbagi, dan berbuat baik kepada sesama.

Semoga segala bentuk bantuan yang telah diberikan kepada penulis kelak mendapat balasan dan imbalan dari Allah SWT. Penulis juga sangat mengharapkan kritikan, saran, dan tanggapan yang membangun dari semua pihak yang sempat meluangkan waktu untuk membacanya, guna penyempurnaan penulisan ini. Demikian semoga karya ilmiah ini dapat bermanfaat untuk kita semua. Aamiin Allahumma Aamiin.

Ambon 20 juni 2024
Penulis



Sulfiana Tehuayo
200107013

ABSTRAK

Nama : Sulfiana Tehuayo

Nim : 200107013

Jurusan : Manajemen Bisnis Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Judul : Analisis Persepsi Mahasiswa IAIN Ambon tentang jasa pelayanan ojek *online* maxim perspektif Bisnis Islam (Studi kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam) .

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Analisis Persepsi Mahasiswa IAIN Ambon tentang Jasa Pelayanan ojek *Online* Maxim Perspektif Bisnis Islam (Studi kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam) karena jasa pelayanan ojek *online* maxim dengan tarif yang murah dan banyak di minati oleh masyarakat salah satunya Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, namun karena harganya yang murah terdapat beberapa pelanggan yang mendapat jasa pengantar atau *driver* jasa pelayanan ojek *online* maxim yang meminta tambahan harga atau upah, untuk itu penelitian ini bermaksud menjawab Analisis persepsi Mahasiswa IAIN Ambon tentang Jasa Pelayanan Ojek *Online* Maxim Perspektif Bisnis Islam (Studi kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam).

Dalam penelitian ini jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah penelitian di lapangan langsung dengan memfokuskan perhatian pada suatu permasalahan dengan secara langsung dan mendetail. Jenis penelitian yang di gunakan adalah jenis penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif dengan menggambarkan secara lebih dekat atau mendalam dan apa adanya secara alami terjadi dilapangan dengan objektif dan sesuai dengan data yang dikumpulkan di lapangan.

Berdasarkan hasil penelitian, pelayanan yang disediakan oleh jasa pelayanan ojek *online* Maxim dari hasil rekapitan bobot Skala pengukuran yaitu 3,8 adalah tinggi yang artinya baik dan persepsi yang diberikan oleh Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam berdasarkan pelayanan yang didapatkan 3,42 dan 4,0 yang artinya tinggi baik dan sangat tinggi atau sangat baik dengan pelayanan yang diberikan. Namun terdapat beberapa hal yang menjadi kekurangan yaitu pada kedisiplinan seperti penjemputan perlu di perhatikan agar tidak sering terlambat yang di maksud ojek *online* maxim dalam penelitian ini yaitu Maxim Motor atau kendaraan roda dua yang dimana tidak terjadi penambahan upah yang diminta kepada Mahasiswa sebagai pelanggan.

Dan dalam perspektif bisnis islam jasa pelayanan ojek *online* maxim yang di berikan oleh *driver* maxim telah mencerminkan pada apa yang dicontohkan oleh rasulullah Saw, yaitu shidiq, Amanah, thabliq dan Fhatanah, namun sekiranya dapat dikembangkan agar pelayanan yang diberikan dapat berkembang lebih baik lagi.

Kata kunci : Analisis Persepsi, Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Pelayanan Ojek *Online* Maxim, Bisnis Islam

DARTAR ISI

LEMBARAN JUDUL	i
PENGESAHAN SKRIPSI	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah dan Batasan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
E. Defenisi Operasional	8
BAB II LANDASAN TEORI	10
A. Jasa pelayanan Transportasi	10
1. Pengertian jasa pelayanan transportasi	10
2. Manfaat pelayanan transpportasi	11
B. Ojek <i>online</i>	13
1. Pengertian ojek <i>online</i>	13
2. Manfaat ojek <i>online</i>	14
C. Teori persepsi konsumen	14
1. Pengertian persepsi konsumen	14
2. Macam-macam Persepsi	15
3. Faktor-faktor yang mempengaruhi Persepsi	16
4. Indikator persepsi konsumen	19
5. Teori persepsi konsumen dalam islam	20

D. Jasa pelayanan transportasi dalam perspektif bisnis islam	21
E. Faktor pendukung jasa pelayanan ojek <i>online</i> perspektif bisnis islam	27
F. Peneitian terdahulu	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	31
A. Jenis penelitian	31
B. Tempat penelitian.....	31
C. Sumber data.....	32
D. Informan Penelitian.....	32
E. Teknik pengumpulan data.....	33
F. Pengukuran.....	34
G. Teknik analisis data	35
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	38
A. Hasil penelitian.....	38
1. Deskripsi Lokasi penelitian.....	38
2. Karateristik informan	43
3. Jasa pelayanan Ojek <i>online</i> Maxim di Kota Ambon.....	46
4. Skala Pengukuran	47
B. Pembahasan	80
1. Jasa pelayanan ojek online maxim dalam perspektif bisnis islam.....	80
2. Persepsi Mahasiswa Febi tentang jasa pelayanan ojek <i>online</i> maxim.....	84
BAB V PENUTUP.....	86
1. Kesimpulan	86
2. Saran	87
DAFTAR PUSTAKA.....	88
LAMPIRAN.....	91

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 karakteristik tingkat umur	44
Tabel 4.2 karakteristik Mahasiswa Febi Pengguna maxim.....	44
Tabel 4.3 karakteristik pemesanan danPembayaran Mahasiswa Febi pengguna maxim	45
Tabel 4.4 Rata-rata Bobot Jawaban Dari Driver Jasa Pelayanan Ojek Online Maxim Tentang Penerimaan Orderan	48
Tabel 4.5 Rata-Rata Bobot Jawaban Driver Ojek Online Pelayanan Maxim Tentang Harga Atau Upah Yang Di Dapat Ketika mengantar Penumpang....	49
Tabel 4. 6 Rata-Rata Bobot Jawaban Jasa Pelayanan Ojek Online Maxim Tentang Seringnya Meminta Tambahan Upah Pada Penumpang.....	50
Tabel 4. 7 Rata-Rata Bobot Jawaban Jasa Pelayanan Ojek Online Maxim Tentang Kepuasan Upah atau Harga (Pendapatan) yang didapat saat mengantar penumpang.....	51
Tabel 4. 8 Rata-Rata Bobot Jawaban Jasa Pelayanan Ojek Online Maxim Mengenai seringnya membatalkan orderan atau penjemputan.....	51
Tabel 4. 9 Rata-Rata Bobot Jawaban Jasa Pelayanan Ojek Online Maxim Tentang Pembatalan Orderan dari Penumpang.....	52
Tabel 4. 10 Rata-Rata Bobot Jawaban Jasa Pelayanan Ojek Online Maxim Tentang Hadirnya Maxim di Ambon	53
Tabel 4. 11 Rata-Rata Bobot Jawaban Jasa Pelayanan Ojek Online Maxim Tentang Pengantaran Penumpang Sesuai Titik ketika terjadi macet	54
Tabel 4. 12 Rata-Rata Bobot Jawaban Jasa Pelayanan Ojek Online Maxim Tentang Bagaimana Perasaannya saat pelanggan membatalkan pesanan atau orderan	55
Tabel 4. 13 Rata-Rata Bobot Jawaban Jasa Pelayanan Ojek Online Maxim Tentang Konfirmasi Ketika terjadi penamahan upah pada penumpang	56

Tabel 4. 14 Rata-Rata Bobot Jawaban Jasa Pelayanan Ojek Online Maxim Tentang Penyediaan Mantel untuk pelanggan saat hujan	57
Tabel 4. 15 Rekap bobot dari pelayanan yang diberikan oleh jasa pelayanan ojek online maxim	58
Tabel 4. 16 Rata-Rata Bobot Jawaban Informan yaitu mahasiswa yang sering bepergian menggunakan jasa pelayanan ojek online maxim	61
Tabel 4. 17 Rata-Rata Bobot Jawaban Mahasiswa Febi tentang puas dan tidaknya dengan pelayanan yang diberikan oleh jasa pelayanan ojek online Maxim	62
Tabel 4. 18 Rata-Rata Bobot Jawaban Mahasiswa Febi mengenai harga dari jasa pelayanan ojek online maxim	62
Tabel 4. 19 Rata-Rata Bobot Jawaban Mahasiswa Febi mengenai sering terlambat atau tidaknya penjemputan dari jasa pelayanan ojek online maxim	63
Tabel 4. 20 Rata-Rata Bobot Jawaban Mahasiswa Febi mengenai cepat respon dari driver maxim ketika melakukan pemesanan	64
Tabel 4. 21 Rata-Rata Bobot Jawaban Mahasiswa Febi mengenai Penyediaan mantel saat hujan oleh jasa pelayanan ojek online maxim	65
Tabel 4. 22 Rata-Rata Bobot Jawaban Mahasiswa Febi mengenai kesabaran dari driver ojek online maxim	65
Tabel 4. 23 Rata-Rata Bobot Jawaban Mahasiswa Febi mengenai kesopanan dari driver ojek online maxim	66
Tabel 4. 24 Rata-Rata Bobot Jawaban Mahasiswa Febi mengenai kesesuaian titik tujuan jasa pelayanan ojek online maxim saat mengantar pelanggan ke tempat tujuan	67
Tabel 4. 25 Rata-Rata Bobot Jawaban Mahasiswa Febi mengenai kesesuaian titik tujuan jasa pelayanan ojek online maxim saat mengantar pelanggan ke tempat tujuan ketika macet	67
Tabel 4. 26 Rata-Rata Bobot Jawaban Mahasiswa Febi mengenai penambahan upah pada jasa pelayanan ojek online maxim	68

Tabel 4. 27 Rata-Rata Bobot Jawaban Mahasiswa Febi mengenai konfirmasi pada penumpang saat meminta tambahan upah pada penumpang	69
Tabel 4. 28 Rata-Rata Bobot Jawaban Mahasiswa Febi mengenai kendala yang terjadi saat memesan jasa pelayanan ojek online maxim.....	69
Tabel 4. 29 Rata-Rata Bobot Jawaban Mahasiswa Febi mengenai Pembatalan Penjemputan yang dilakukan driver maxim	70
Tabel 4. 30 Rata-Rata Bobot Jawaban Mahasiswa Febi mengenai keramahan driver jasa pelayanan ojek online maxim saat berinteraksi dengan pelanggan	71
Tabel 4. 31 Rekapitan rata-rata bobot pertanyaan pada pelayanan.....	71
Tabel 4. 32 Rata-Rata Bobot Jawaban Mahasiswa Febi mengenai pendapat tentang jasa pelayanan ojek online maxim.....	74
Tabel 4. 33 Rata-Rata Bobot Jawaban Mahasiswa Febi mengenai harga yang ada pada jasa pelayanan ojek maxim.....	74
Tabel 4. 34 Rata-Rata Bobot Jawaban Mahasiswa Febi mengenai kejujuran driver jasa ojek online maxim pada saat bertransaksi atau pembayaran	75
Tabel 4. 35 Rata-Rata Bobot Jawaban Mahasiswa Febi tentang penambahan upah pada jasa pelayanan ojek online maxim.....	76
Tabel 4. 36 Rata-Rata Bobot Jawaban Mahasiswa Febi mengenai perasaan sebagai penumpang pada saat menggunakan jasa pelayanan ojek online maxim	77
Tabel 4. 37 Rata-Rata Bobot Jawaban Mahasiswa Febi tentang kesesuaian harga dan kualitas pelayanan yang diberikan jasa pelayanan ojek online maxim	78
Tabel 4. 38 Rekapitan Bobot pertanyaan persepsi	79

DAFTAR GAMBAR.

Gambar 4.1 Struktur Organisasi Febi 43

